

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПРОФСОЮЗОВ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»
КАЗАНСКИЙ ФИЛИАЛ**

**ВЕСТНИК КФ АТиСО
СБОРНИК
НАУЧНЫХ СТАТЕЙ И СООБЩЕНИЙ**

**Материалы VI Международной конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых**

ВЫПУСК VII



**КАЗАНЬ
2015**

УДК 33:37:349.2:574

ББК 65:67.405:74

В38

*Печатается по рекомендации
Ученого совета Казанского филиала
ОУП ВО «АТиСО»*

Редакционная коллегия:

к.э.н., доцент **Б.Ф. Захаров** (редактор);

к.э.н. **Т.Н. Киченина**;

к.э.н., доцент **Е.Н. Новикова**;

к.т.н., доцент **Р.Г. Сабиров**;

к.ю.н., доцент **Л.А. Тихомирова**

Составитель к.э.н., доцент **Е.С. Андропова**

Вестник КФ АТиСО: сборник научных статей и сообщений:

В38 материалы VI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. – Вып. VII. – 214 с.

ISBN 978-5-00019-573-4

В сборнике опубликованы статьи преподавателей и студентов Казанского филиала ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», посвященные деятельности профсоюзов, актуальным проблемам социально-трудовой сферы, права, экономики и менеджмента, а также материалы докладов VI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Экономика, финансы и менеджмент: проблемы и перспективы развития».

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов вузов, профсоюзного актива.

УДК 33:37:349.2:574

ББК 65:67.405:74

ISBN 978-5-00019-573-4

© Издательство Казанского университета, 2015

НАУЧНЫЕ СТАТЬИ И СООБЩЕНИЯ

Кодекс административного судопроизводства

Российской Федерации 2015 года

Д.А. Дементюенко

(студентка Казанского филиала ОУП ВО «АТиСО»)

В соответствии с Конституцией Российской Федерации в совместном ведении Российской Федерации и субъектов находятся два самостоятельных вида законодательства: административное и административно – процессуальное. Выделение двух названных видов законодательства предполагает формально – юридическое обособление административно – материальных и административно – процессуальных норм в рамках соответствующих отдельных законодательных актов. Соответственно подлежат формально – юридическому разграничению, законодательство, содержащее административно – материальные нормы, предусматривающие административную ответственность за административные правонарушения, и законодательство, содержащее административно – процессуальные нормы, регламентирующие процедуру рассмотрения дел о привлечении к административной ответственности. Но формально данного разграничения не существует, что в определенной мере усложняет работу с действующим кодексом. Поэтому поступило предложение о принятии отдельного Кодекса Административного судопроизводства для разгрузки Гражданского процессуального Кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального Кодекса Российской Федерации.

Говоря о том, какие именно категории споров попадают под юрисдикцию КАС РФ, то можно сказать, что теперь только по его правилам организации, граждане и общественные объединения могут обжаловать любые решения и действия органов власти всех уровней и отдельных чиновников, которые

нарушают их права. Кроме того, только в соответствии с требованиями КАС будут оспариваться законы и другие нормативные акты. А также, новому Кодексу подконтрольны споры о результатах и случаях фальсификаций на выборах.

В привычном порядке судебных жалоб также есть изменения:

Первое. Представителями в суде по тем административным делам, которые подпадают под КАС, могут быть только лица, имеющие высшее юридическое образование.

Второе. Если граждане захотят оспорить в суде регионального уровня или в Верховном суде РФ законы и другие нормативные правовые акты (например, постановления правительства), но сами они не имеют диплома юриста, они смогут вести в суде дело только с участием представителя. Как уже сказано, имеющего высшее юридическое образование.

Третье. Сторона, проигравшая в административном суде, в обязательном порядке будет оплачивать «все понесенные по делу судебные расходы».

Наконец, последний важный аспект: закон о введении КАС в действие устанавливает, что дела, не завершённые в судах до 15 сентября 2015 года, будут заканчиваться уже в порядке, предусмотренном КАС.

Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации (КАС РФ) — это кодифицированный нормативный правовой акт (Федеральный закон), устанавливающий правила рассмотрения и разрешения Верховным Судом РФ и судами общей юрисдикции административных дел в Российской Федерации, в частности, о защите нарушенных или оспариваемых прав, свобод и законных интересов граждан, прав и законных интересов организаций, а также других административных дел, возникающих из административных и иных публичных правоотношений и связанных с осуществлением судебного контроля за законностью и обоснованностью осуществления государственных или иных публичных полномочий.

Одна из главных целей КАС РФ – это разделение полномочий между федерацией и субъектами федерации, чтобы отдать часть полномочий рассмотрения различных изменений в субъекты.

В действие Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации вступил с 15 сентября 2015 года, структура которого состоит из девяти разделов:

Раздел I. «Общие положения» содержит общие принципы действия Кодекса, перечень дел, рассматриваемых с применением данного Кодекса, требования к составу и компетенции суда, определяет правовое положение лиц, участвующих в деле, принципы представительства и доказывания, мер предварительной защиты, процессуальных сроков, требования к расчёту и распределению судебных расходов, а также условия оповещения заинтересованных лиц о процессуальных действиях.

Раздел II. «Меры процессуального принуждения» рассматривает понятие, виды, основания и порядок применения действий, которые применяются к лицам, нарушающим установленные в суде правила и препятствующим осуществлению административного судопроизводства.

Раздел III. «Общие правила производства в суде первой инстанции» посвящён рассмотрению и разрешению административных дел по существу с момента подачи административного искового заявления до решения суда, приостановления производства. Также разделом установлены правила оформления определений суда и протоколов.

Раздел IV. «Особенности производства по отдельным категориям административных дел» содержит перечень административных дел и отличительных особенностей производства по ним.

Раздел V. «Упрощённое (письменное) производство по административным делам» устанавливает условия и особенности рассмотрения административных дел в упрощённом порядке.

Раздел VI. «Производство в суде апелляционной инстанции» посвящён апелляционному пересмотру решений, не вступивших в силу.

Раздел VII. «Пересмотр вступивших в законную силу судебных постановлений» посвящён производству в судах кассационной и надзорной инстанций, а также пересмотру действующих судебных актов по новым или вновь открывшимся обстоятельствам.

Раздел VIII. «Процессуальные вопросы, связанные с исполнением судебных актов по административным делам и разрешаемые судом» посвящён вопросам исполнительного производства.

Раздел IX. «Заключительные положения» регламентирует порядок введения в действие настоящего Кодекса.

После вступления в законную силу КАС в первые недели работы с ним уже появились некоторые трудности: юристов не пускают в процесс, так как КАС установил большое число специальных полномочий, которые должны быть прямо указаны в доверенности. Это и привело к тому, что суды не признают полномочия представителей, действующих по доверенностям, выданным до вступления в силу КАС, в которых, естественно, не упоминаются полномочия представлять именно административного истца и именно в административном процессе. Однако, для допуска представителя в процесс административный истец вправе просто заявить соответствующее устное ходатайство, даже без переоформления доверенности.

КАС во многом состоит из норм, заимствованных из ГПК и АПК, однако переписанных иным языком с использованием собственной терминологии, при этом очевидно, что если одну и ту же норму изложить разными словами, то это может привести и к разному ее толкованию. В результате этого сформировалось мнение, что в первое время на практике может сложиться неопределенность в применении общих положений КАС. В связи с этим остается открытым вопрос о возможности применения к новым нормам КАС разъяснений, данных высшими судами ранее для аналогичных норм ГПК и АПК. Существует также другое видение данной ситуации, что сложностей возникать не должно, так как кодекс создан путем почти дословного копирования и переноса норм из ГПК, он на 90 % схож с ним. То есть КАС не

содержит никаких новых институтов и процедур, а предусмотренные им правила рассмотрения дел почти на 100 % идентичны ГПК и, что отдельные отличия в терминах ничего не меняют.

Еще одна трудность состоит в том, что КАС определенным образом ограничивает административного истца в реализации его права на судебную защиту. При этом, по некоторому мнению, наличие у представителя по административному делу высшего юридического образования само по себе не означает, что такое лицо обладает необходимым опытом представительства в суде. Однако многие юристы считают, что это правильная задумка законодателя. Она должна поспособствовать освобождению судов от необоснованных, с правовой точки зрения, обращений граждан и будет выступать дополнительной гарантией обоснованности административного иска.

Также есть и нормы, которые могут усложнить жизнь участниками споров, например, КАС предусматривает ограниченное действие принципа диспозитивности сторон. Так, у суда появилось право не утвердить соглашение о примирении сторон, если его условия противоречат закону либо взаимные уступки недопустимы или нарушают права, свободы и законные интересы других лиц. Еще одна норма – это дополнительные меры процессуального принуждения, которые получил суд. К ним, в частности, относится возможность ограничения выступления участника судебного разбирательства либо лишение участника судебного разбирательства слова.

На основании вышеизложенного нужно отметить, что на данном этапе, этапе вступления в производство Кодекса административного судопроизводства, еще не все учтено, есть как плюсы, так и незначительные минусы данного законодательства. К плюсам можно отнести возможность электронной подачи процессуальных документов, а также получения по электронным каналам, решений и иных документов, исходящих от судов. Также возможность получения судебных извещений посредством СМС-сообщений, которое возможно при наличии письменного согласия участника процесса. Еще одним преимуществом является ведение принципа активного

участия суда при рассмотрении административного дела. Он, в частности, выражается в праве суда по своей инициативе выявлять и истребовать доказательства, имеющие значение для правильного разрешения спора. Можно добавить к этому также возможность рассмотрения в порядке упрощенного производства (без проведения устного разбирательства) дел, практически любых категорий, за исключением случаев обязательного участия сторон в деле. Это способствует сокращению сроков разрешения споров. Так, срок рассмотрения дела в порядке упрощенного производства составляет всего 10 дней со дня принятия судом определения о рассмотрении дела в таком порядке. Однако здесь есть небольшой минус, в отличие от общего месячного срока на апелляционное обжалование решения суда, принятого по административному делу, срок для обжалования решения, принятого в упрощенном порядке, сокращен до пятнадцати дней.

Конечно, учитывая все положительные и отрицательные аспекты нововведения, нельзя сказать, что проект не удался, наоборот, новый кодекс конкретизирует многие понятия, до этого времени имевшие расплывчатые формулировки в КоАП РФ, и намного упрощает деятельность всех участвующих в судебном процессе лиц.

Литература

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993, (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ);

2. "Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации" от 08.03.2015 N 21-ФЗ (ред. от 29.06.2015);

3. Пояснительная записка к проектам федеральных законов в связи с внесением проекта Кодекса Административного Судопроизводства Российской Федерации;

4. Федеральный Закон Российской Федерации №22-ФЗ от 8 марта 2015 года "О введении в действие Кодекса административного судопроизводства Российской Федерации".

5. <http://pravo.ru/review/view/122149>;

6. <http://docs.cntd.ru/document/420258009>;

7. <http://www.eg-online.ru/article/291037>;

8. <http://ppt.ru/news/134076>.

Институты инновационного развития предпринимательской деятельности

Р.А. Джумаева

к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Функционирование социально-экономических систем в современных условиях отличается сложностью, неопределенностью и неоднозначностью происходящих в них изменений. Эти изменения становятся все труднее исследовать при помощи существующих экономических понятий и инструментов анализа. Стремление к отображению достаточно широкого спектра факторов, играющих основополагающую роль в объяснении причин и логики того или иного поведения социально-экономической системы, привело к введению в экономическую науку понятия институт, под которым подразумевают «созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимодействие между людьми, задают структуру побудительных мотивов человеческого взаимодействия». Институт, выступая как система ограничений заданных извне, включает в себя те явления и процессы, которые принимаются за некоторую «постоянную величину» в изучении функционирования социально-экономических систем.

Ключевым фактором развития инновационной экономики является возможность организации предпринимательской деятельности, направленной

на прогрессивный путь развития. Эффективность функционирования институтов определяется размером издержек, которые были минимизированы в результате действия этих институтов. Таким образом, институты влияют на результаты функционирования и положительную динамику развития экономики, что определяет их исключительное и важное значение. Использование институционального подхода позволяет исследовать различные структурные составляющие социально-экономических систем. Применительно к российской системе хозяйствования приоритетным направлением исследования является оценка возможностей институционального инновационного развития экономической системы, поскольку на современном этапе развития экономики России инновационная сфера характеризуется неэффективностью и низким уровнем конкурентоспособности. Вместе с тем, как уже было отмечено, инновационная направленность экономики способна обеспечить устойчивые темпы экономического роста и повышение качества жизни населения.

Итак, развитие социально-экономической системы общества в современных условиях характеризуется сложностью и неоднозначностью протекающих в них процессов. Данные процессы имеют собственную логику происхождения и формируются под воздействием ряда факторов, оказывающих в свою очередь влияние на инновационный характер развития социально-экономической системы.

В качестве инструмента научного познания можно использовать институциональный подход к анализу состояния инновационной среды. Институциональная теория основана на классификации и взаимодействии общественных (коллективных) институтов. В зависимости от целей, объекта и предмета исследования, учеными выделяются в качестве инструмента анализа различные группы институтов, образующие институциональную матрицу, отражающие то, как одна группа институтов воздействует на другую, а также то, как институциональная матрица воздействует на те или иные элементы экономической системы [3, с.12].

Роль институтов в жизни общества состоит в том, что государство на основе прямого или косвенного воздействия на экономику должно решать вопросы повышения уровня и качества жизни населения, за счет эффективного способа производства и выпуска оптимального объема производства, отвечающего интересам и потребностям общества. Главная задача государства состоит в том, чтобы оно устанавливало различного рода нормативы, стандарты и регламенты, которые способствовали бы развитию инновационного типа экономики.

Институты формируются людьми и появляются в связи с объективной необходимостью создавать упорядоченность процессов, производственных в том числе, и сократить издержки, связанные с неопределенностью в процессе обмена благами. Институты возникают при условии повторяющихся взаимодействий между людьми.

Институты можно интерпретировать в терминах базовых представлений, норм, моделей поведения, традиций, ценностей, изучая, таким образом, логику развития самих институтов экономической системы.

Институциональная структура и институциональная среда.

Существуют институты системообразующие, определяющие тип экономического порядка и институты, составляющие ту или иную систему. Следовательно, в дальнейшем мы можем говорить об институтах первого (системообразующих) и второго (составляющих систему) порядков.

Понятия «институциональная структура» и «институциональная среда» были заимствованы экономистами у социологов. Последние зачастую не различают эти два понятия и используют их как синонимы.

Исходя из предпосылки, что институциональная среда не является простым набором соответствующих институтов, мы можем считать её особым рода институтом (матрицей развития) высшего порядка. Она определяет основное направление развития системы, а также те ориентиры, на основе которых происходит формирование и отбор наиболее эффективных экономических и социальных институтов.

Институциональная среда определяет направление и быстроту институциональных изменений. Поэтому ее необходимо считать особым рода институтом (вектором, определяющим направление развития) высшего порядка. Другими словами, институциональная среда – это рамки, в которых заключаются институциональные соглашения.

Если институциональная структура является результатом конкуренции, то институциональная среда создает условия и ориентиры для отбора эффективных составных частей институциональной структуры, которые формируются из альтернативных форм хозяйственной координации. Институты образуют своеобразный скелет общества (институциональную матрицу), обеспечивающий его историческую устойчивость и воспроизводство социальной целостности. Институциональная матрица – это устойчивая исторически сложившаяся система общественных институтов, обусловивших появление первых государств и предопределивших развитие всех последующих институциональных структур, которые, в свою очередь, служат воспроизведению первичной модели, сущность которой сохраняется [2, с.23].



Рисунок 1.1 - Институциональная матрица общества

Схематично институциональная матрица представлена на рисунке 1.1 как триединая социальная форма, объединяющая политико-идеологическую сферу,

экономическую и социальную сферы, занимающие в обществе равнозначное положение.

Институты можно рассматривать в терминах культуры, а именно, институты могут выступать в качестве 1) артефактов, таких как поведения людей, моделей менеджмента, правил, законов, Конституций, традиций, обычаев и т.д.; 2) ценностей (соглашения, заявления о целях, этические нормы); 3) базовых представлений (ментальностей). Культура – это паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем.

Таким образом, одним из направлений институционального подхода при анализе инновационных процессов можно назвать определение культурных аспектов различных типов институтов, оказывающих влияние на развитие инновационного потенциала системы.

Построение институциональной матрицы, включающей в себя различные институты, оказывающие влияние на инновационное развитие социально-экономической системы в целом, и предпринимательства, в частности, предполагает проведение классификации соответствующих групп институтов.

По сферам деятельности можно выделить следующие институты, влияющие на инновационное развитие предпринимательской деятельности: 1) социальная сфера – институт семьи, институт образования; 2) экономическая сфера – институт собственности (интеллектуальной собственности), институт предпринимательства, институт финансового рынка; 3) политико-идеологическая сфера – институт власти, идеологические институты, институт административных рынков.

Все рассмотренные выше институты, влияющие на инновационное развитие предпринимательства, являются равнозначными. Здесь важным является эффективность взаимодействия институтов. В общем виде институциональная

матрица, отражающая влияние групп институтов на инновационное развитие предпринимательской деятельности, показана на рисунке 1. 2.

По признаку формальности можно выделить формальные и неформальные институты, влияющие на развитие инновационного потенциала системы. Формальные институты осознанно создаются людьми, совокупность таких институтов называется правовыми нормами [1, с. 197]. К таковым относятся: конституции, законы, формальные правила поведения на уровне государства. Неформальные институты вырабатывались в течение длительного периода времени без принятия формальных договоренностей [1, с. 197]. Это традиции, обычаи, привычки, неформальные правила поведения на уровне государства.



Рисунок 1.2 - Институциональная матрица инновационного развития предпринимательской деятельности

Различают внешние и внутренние институты. Рассмотрение групп внутренних и внешних институтов в терминах институциональной экономики сталкивается с рядом ограничений. В частности, элементы института при определении доминирующего воздействия могут переходить друг в друга. Так, базовые представления одних групп, формируемые под воздействием других групп, могут влиять на базовые представления третьих. Например, ментальность населения в регионе может выступать одновременно и как внутренний институт для региональной экономической системы, и как внешний институт для экономики фирмы или домашнего хозяйства.

Таким образом, выделение внутренних и внешних институтов в рамках институциональной экономики становится невозможным. В основе деления институтов на внутренние и внешние можно рассматривать институты в терминах организационной, экономической и предпринимательской культуры. При этом внешние институты можно рассматривать как институты, которые не являются составными частями социально-экономической системы, изменяющиеся значительно медленнее, чем сами экономические процессы, которые институты ограничивают. Внутренние институты являются относительно стабильными внутренними атрибутами социально-экономической системы, являясь движущей силой в ее изменении, формирующей ее поведение. Институты экономической системы включают в себя институты другого уровня конкретизации, в частности, внутренние и внешние институты региональной экономической системы – первый уровень конкретизации, внутренние и внешние институты фирмы, домашних хозяйств, группы – второй уровень конкретизации.

К внутренним институтам экономической системы следует относить: базовые представления и ментальность потребителей, национальную модель менеджмента, институт предпринимательства, институт частной собственности (интеллектуальной собственности), институт семьи, институт образования, институт финансовых рынков, институт административных рынков. К внешним институтам экономической системы следует относить: институт

государственной власти, институт государственной собственности, базовые представления руководителей высшего государственного уровня. С точки зрения интеграционных процессов российской экономики в мировое экономическое пространство в качестве внешних институтов системы можно рассматривать: формальные, неформальные правила и национальные модели менеджмента стран-участников международной интеграции, таможенное, налоговое, кредитное, трудовое законодательство иностранных государств, ментальность иностранных потребителей, поставщиков, конкурентов, особенности организационной, предпринимательской и экономической культуры зарубежных предприятий-партнеров.

Так, например, к внутренним институтам фирмы следует относить: базовые представления членов фирмы, ценности, формальные и неформальные правила, модели поведения, модели менеджмента, рутины, стратегия, состав кадров, организационная культура, традиции и обычаи, устоявшиеся в фирме, цели и миссия фирмы, процессы, тип лидерства, тип организационной структуры. В состав внешних институтов фирмы входят: ментальность потребителей, поставщиков, конкурентов, органов государственной власти; формальные правила и законы, установленные на государственном уровне; механизмы принуждения для исполнения установленных правил (суд, инспекция федеральной налоговой службы, регистрационная палата, министерство труда и занятости, аудиторские службы и т.д.); неформальные правила, принятые в бизнесе; национальная модель менеджмента; государственное регулирование экономических процессов (вопросы ценообразования, развития конкуренции, ведения бизнеса, субсидий, предоставления налоговых, кредитных льгот и т.д.).

Среди внутренних институтов домашних хозяйств выделяют: базовые представления членов группы, формальные и неформальные правила поведения на уровне группы, нормы поведения на уровне группы, модель менеджмента, традиции, обычаи, рутины, ценности, цели. Внешние институты домашних хозяйств включают: ментальность внешнего окружения, которое представлено

организациями, другими домашними хозяйствами, органами государственной власти; формальные правила и нормы поведения, установленные на государственном уровне; механизмы принуждения, которые обеспечивают следование установленным нормам и правилам поведения – суд, инспекция федеральной налоговой службы, государственная автомобильная инспекция и проч.; национальную модель менеджмента, государственное регулирование экономических и социальных процессов в области труда и занятости, предоставления льгот, ведения бизнеса и т.д.

Таким образом, институциональный подход к оценке инновационного развития предпринимательской деятельности предполагает выделение следующих институтов: 1) институт семьи (базовые представления социальных групп на развитие творческого потенциала, на вопросы получения образования; модель семейного менеджмента); 2) институт образования (формальные правила, законы, установленные государством в системе образования; нормы поведения; модели поведения, которые формируют эти нормы; базовые представления людей, участвующих в образовательном процессе на вопросы кадрового, финансового и информационного обеспечения образовательной деятельности); 3) институт (интеллектуальной) собственности (законы, формальные правила, установленные в области присвоения экономических благ и доходов, а также в области защиты объектов интеллектуальной собственности; национальная модель менеджмента; нормы поведения; базовые представления людей, участвующих в управлении государством, а также базовые представления людей, которые формируются под воздействием отношений по поводу присвоения и использования экономических благ, включая объекты интеллектуальной собственности и дохода, возникающих между экономическими агентами; 4) институт предпринимательства (формальные правила, законы, установленные в системе взаимодействия бизнеса, нормы поведения; модели поведения, регулирующие эти нормы); 5) институт власти (национальная модель менеджмента; базовые представления людей, участвующих в управлении государством; формальные правила,

законы; механизмы принуждения к выполнению правил; нормы поведения); 6) институт финансового рынка (базовые представления участников финансового рынка; модель поведения, нормы поведения; формальные правила, законы, действующие на финансовом рынке); 7) идеологические институты (политическая идеология; базовые представления, культурные ценности, нормы поведения и модели поведения, установленные и принятые во взаимоотношениях между экономическими агентами); 8) институт административных рынков (нормы и модели поведения на административных рынках; административные барьеры; формальные и неформальные правила).

Литература

1. Боннет А.А. Теория экономической политики /А.А. Боннет. – Казань: Гиссен-Казань, 2003. – 381с.
2. Кирдина С.Г. Институциональные матрицы и развитие России. – Изд-е 2-е, перераб. и дополн.) /С.Г. Кирдина. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 2001. – 240с.
3. Семенов Г.В. Исследование и оценка организационной эффективности систем управления: Учебное пособие /Г.В. Семенов, М.В. Николаев, М.В. Савеличев. – Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004. – 184с.

Финансовая информация в интегрированной отчетности автономных учреждений

Т.Н. Киченина

к.э.н., заведующий кафедрой бухгалтерского учета и аудита

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Формирование и раскрытие в отчетности информации о деятельности автономных учреждений должно быть направлено на решение нескольких взаимосвязанных задач:

1) предоставление информации об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, основанной на данных бухгалтерского учета;

2) целевое и эффективное использование средств на выполнение государственного (муниципального) задания (связана с контрольной функцией государства);

3) формирование информации в интересах внешних пользователей о решении социально-экономических задач.

Задача формирования информации в интересах внешних пользователей о решении социально-экономических задач является абсолютно новой. Анализ нормативно-методических документов, регулирующих порядок формирования отчетности автономных учреждений, показывает на отсутствие постановки данной задачи (она только обозначена в законодательных актах) [1]. Так, законодательством установлен перечень документов автономных учреждений, к которым руководство должно обеспечить свободный доступ средств массовой информации, одним из которых является годовой отчет о финансовой деятельности, бухгалтерская отчетность, заключение аудиторов [1].

Государство как собственник является важнейшим пользователем, по нашему мнению, целесообразно раскрытие информации в отношении социально-значимых услуг в публичной отчетности. Сеть автономных учреждений является социально – значимым сектором экономики, они обеспечивают достижение социальных целей. Это является важнейшим условием успешного решения социальных проблем общества. Соблюдение требования публичности бухгалтерской отчетности автономных учреждений становится особо актуальным в условиях демократичной рыночной экономики в целях необходимости обеспечения интересов контрагентов и инвесторов.

Прозрачность бухгалтерского учета и отчетности автономных учреждений является ключевым аспектом надлежащего (качественного) управления общественными финансами.

Также как и международная практика учета и подготовки финансовой отчетности переживала период осознания того, что отчетность составляется не только в интересах внутренних пользователей, но и внешних. Так, сегодня в Российской Федерации для всех организаций государственного сектора экономики данная проблема является актуальной.

В нормативно-правовых актах используется понятие "бухгалтерская (финансовая) отчетность", в международной практике эти понятия не отождествляются. Стандарты бухгалтерского учета разрабатываются для финансовой отчетности, которая предназначена не только для внутренних, но и внешних пользователей и может содержать информацию, формируемую за рамками бухгалтерского учета. С этих позиций бухгалтерская отчетность может рассматриваться как отчетность, сформированная по данным бухгалтерского учета и представляющая собой информацию об объектах бухгалтерского учета. Финансовая отчетность может формироваться по иным правилам. Однако концепция формирования такой отчетности не получила раскрытия в нормативно-правовых документах. Необходима разработка стандарта отчетности автономных учреждений, а не очередной инструкции, которая не сможет учесть все разнообразие сфер и видов деятельности автономных учреждений.

Применительно к задачам автономных учреждений можно говорить о необходимости разграничения понятий бухгалтерской и финансовой отчетности. Если раньше спортивные учреждения представляли информацию преимущественно для одной группы пользователей в лице государства, сегодня появляется задача формирования публичной отчетности для внешних пользователей (инвесторов, персонала учреждения).

В специальной литературе вопросы подготовки и раскрытия информации в отчетности исследуются с различных позиций. В качестве концептуальных основ подготовки отчетности анализируются принципы, требования к информации, теории (концепции), определяющие состав информации и ее представление, и др. [2]. Определены подобные принципы и требования и

в бухгалтерских стандартах такие как достоверность, нейтральность, целостность, последовательность, сопоставимость, существенность.

Однако эти принципы не в полной мере отвечают возросшим потребностям пользователей. Объем и детализация раскрытия информации в интегрированной отчетности определяются влиянием использования отчетной информации на уровень социального благосостояния. Оценить такое влияние на современном этапе развития теории учета не представляется возможным, поэтому в качестве основных критериев полноты отчетной информации принимаются релевантность и достоверность. Отчетная информация должна быть понятной тем, кто имеет представление о предпринимательской и экономической деятельности и готов изучать информацию с должным усердием. Уровень раскрытия также зависит от принципиальной установки. Можно исходить из трех принципов: адекватности, справедливости и полноты информации (табл. 1).

Таблица 1

Принципы подготовки интегрированной отчетности

Принципы	Характеристика
Адекватность	Предполагает минимальное раскрытие информации, которое позволяет пользователю интегрированной отчетности составить правильное представление о фирме и не введет его в заблуждение.
Справедливость	Преследует этическую цель обеспечения равнозначной трактовки всеми потенциальными пользователями.
Полнота	Представление в отчетности всей релевантной информации

На практике важно не только руководствоваться принципами подготовки отчетности, обеспечить ее достоверность, но и определить состав информации и форму ее представления.

Изменения в нормативно-правовых актах затрагивают не только ведение учета, но и подготовку отчетности автономных учреждений. До 01.01.2011 года при подготовке отчетности автономные учреждения руководствовались Приказом Минфина России "О формах бухгалтерской отчетности организаций". Можно отметить, что состав форм отчетности и требования к ее подготовке позволяют сформировать информацию о деятельности организации

в соответствии с поставленными задачами. Так, согласно Положению по бухгалтерскому учету 4/99 "Бухгалтерская отчетность организаций", которыми автономные учреждения руководствовались до 01.01.2011 г. автономные учреждения были вправе включать соответствующие дополнительные показатели и пояснения при составлении бухгалтерской отчетности, если выявляется недостаточность данных для формирования полного представления о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении.

В конце 2010 года были приняты нормативные документы, в соответствии с которыми с 2011 года автономные учреждения обязаны при ведении бухгалтерского учета применять Единый план счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти, органов местного самоуправления, государственных (муниципальных) учреждений. Нормативными актами установлен общий для субъектов сектора государственного управления порядок применения Единого плана счетов бухгалтерского учета

При этом, изменения коснулись и вопросов формирования бухгалтерской отчетности автономных учреждений. Так, начиная с бухгалтерской отчетности за 2011 год, установлен единый порядок составления и представления государственными (муниципальными) автономными учреждениями в соответствии с Инструкцией о порядке составления и представления годовой, квартальной бухгалтерской отчетности государственных (муниципальных) бюджетных и автономных учреждений.

Бухгалтерская отчетность представляется автономными учреждениями в орган государственной власти (государственный орган), учредителю автономного учреждения.

Бухгалтерская отчетность автономных учреждений включает следующие формы:

- Баланс государственного (муниципального) учреждения (ф. 0503730);
- Справка по консолидируемым расчетам учреждения (ф. 0503725);

Справка по заключению учреждением счетов бухгалтерского учета отчетного финансового года (ф. 0503710);

Отчет об исполнении учреждением плана его финансово-хозяйственной деятельности (ф. 0503737);

Отчет о принятых учреждением обязательствах (ф. 0503738);

Отчет о финансовых результатах деятельности учреждения (ф. 0503721);

Пояснительная записка к Балансу учреждения (ф. 0503760);

Разделительный (ликвидационный) баланс государственного (муниципального) учреждения (ф. 0503830).

Существующие показатели бухгалтерской отчетности автономных учреждений из приведенных форм, по нашему мнению, необходимы для включения в интегрированную отчетность, так как они отвечают потребностям одного из основных пользователей отчетности – собственника в лице государства.

Однако по нашему мнению существующие нормативно-методические документы, регламентирующие подготовку отчетности для автономных учреждений, направленные на усиление административного регулирования, не способствует решению, которые связаны с информационным обеспечением принятия решений пользователями отчетности автономных учреждений. К таким проблемам, значительно снижающим эффективность принятия решений, можно отнести:

- ориентацию преимущественно на финансовые показатели, которые отражают уже прошедшую экономическую ситуацию, то есть результат ранее принятых решений;

- использование в качестве основного источника информации данных бухгалтерского учета;

- отсутствие полной информации о различных аспектах предпринимательской деятельности автономных учреждений, играющих большую роль в повышении конкурентоспособности автономных учреждений;

- недостаточность существующих традиционных показателей (объем продаж, рентабельность и т.д.) для принятия долгосрочных стратегических решений;

- существующая традиционная система показателей отчетности не отражает возможного поведения потребителей услуг автономных учреждений и конкурентов в будущем, а, значит, не в состоянии предупредить о возможных изменениях в отрасли и других составляющих внешней среды. То есть, недостаточное внимание к внешней среде. Основные финансовые показатели ориентированы как правило на внутренние проблемы автономных учреждений, а не на внешние.

Таким образом, финансовая информация интегрированной отчетности, имеющая целевую направленность - удовлетворение интересов учредителя в лице государства, для отдельных категории пользователей, в частности, потребителей услуг автономных учреждений, является недостаточной на современном этапе рыночных отношений.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ.
2. О бухгалтерском учете : федеральный закон от 06 дек. 2011 г. № 402-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2011. № 50. – Ст. 7344

Особенности налогообложения Центрального банка Российской Федерации

Я.В. Колесова

(студентка Казанского филиала ОУП ВО «АТиСО»)

Со времен появления первых банков кредитно-денежное и финансовое хозяйство многих стран находится в постоянном процессе структурных изменений. Перестраивается кредитная система, возникают новые виды

кредитно-финансовых институтов и операций, модифицируется система взаимоотношений банков и финансово-кредитных институтов. Во всем этом немаловажную роль играют Центральные банки.

В настоящее время деятельность Центрального банка Российской Федерации регулируется Федеральным законом от 10 июля 2002 года №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (в редакции от 5 октября 2015 года). До момента вступления его в силу действовал Федеральный закон РФ от 2 декабря 1990 года №394-1 с рядом изменений, принятие которого сыграло важную роль в реформировании России. С тех пор накоплен огромный опыт работы Банка России. В намерения авторов нового Федерального закона от 10 июля 2002 года входило сделать деятельность главного банка страны более прозрачной и подконтрольной государственным органам, направить усилия по денежно-кредитному регулированию на решение проблем развития российской экономики.

При этом Федеральным Законом от 06 августа 2001 года №110-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие акты законодательства Российской Федерации о налогах и сборах, а также о признании утратившими силу отдельных актов (положений актов) законодательства Российской Федерации о налогах и сборах» были внесены изменения в ранее действовавший Федеральный Закон от 2 декабря 1990 года №394-1 «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)», в соответствии с которыми исключены нормы, касающиеся освобождения Банка России от постановки на учет в налоговых органах и от уплаты налогов и сборов, пошлин и других платежей в соответствии с законодательными актами Российской Федерации о налогах.

Таким образом, Банк России и его территориальные учреждения и организации обязаны уплачивать налоги и сборы, установленные законодательством о налогах и сборах, к которому согласно определениям части первой Налогового Кодекса Российской Федерации относятся Налоговый

Кодекс Российской Федерации, а также федеральные законы и иные нормативные правовые акты, действующие в части, не противоречащей НК РФ.

Статьями 83 и 84 Налогового Кодекса Российской Федерации определен порядок постановки налогоплательщика на учет в налоговых органах по месту нахождения организации, месту нахождения её обособленных подразделений, месту нахождения принадлежащего им недвижимого имущества и транспортных средств, подлежащих налогообложению.

Порядок постановки Банка России на учет в налоговых органах в качестве налогоплательщика по месту своего нахождения и месту нахождения обособленных подразделений установлен совместным письмом Министерства Российской Федерации по налогам и сборам от 22 мая 2002 года №БГ-15-09/399 и Центрального Банка Российской Федерации от 29 мая 2002 года №70-Т «Об особенностях оформления Банком России документов, необходимых для постановки на учет в налоговых органах».

В соответствии со статьей 26 Федерального закона от 10 июля 2002 года №86-ФЗ «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)» налоги и сборы уплачиваются Банком России и его организациями в соответствии с Налоговым Кодексом Российской Федерации. После утверждения годовой финансовой отчетности Банка России Советом директоров Банк России перечисляет в федеральный бюджет 50 процентов фактически полученной им по итогам года прибыли, оставшейся после уплаты налогов и сборов в соответствии с Налоговым Кодексом РФ. Оставшаяся прибыль Банка России направляется Советом директоров в резервы и фонды различного назначения.

Освобождение от налогов и сборов может быть предоставлено лишь в соответствии с законодательством о налогах и сборах.

Так, Центральный Банк и его учреждения не являются плательщиками налога на имущество предприятий.

Поскольку законодательством о налогах и сборах Российской Федерации не предусмотрено освобождение Банка России от уплаты других налогов и сборов, Банк России является плательщиком следующих налогов и сборов:

- налог на прибыль организаций;
- налог на добавленную стоимость;
- транспортный налог;
- налог с операций с ценными бумагами;
- плата за пользование водными объектами;
- плата за пользование природными ресурсами (в случаях предусмотренных законодательством, в том числе платежей за сбросы, выбросы загрязняющих веществ и захоронения отходов);
- государственные пошлины;
- таможенные пошлины, налоги;
- земельный налог;
- единый налог на вмененный доход для определенных видов деятельности;
- местные налоги и сборы.

Банк России также является налоговым агентом, обязанным исчислять, удерживать у налогоплательщика и уплачивать налог на доходы физических лиц.

Банк России является налогоплательщиком налога на прибыль организаций, установленным главой 25 «Налог на прибыль организации» Налогового Кодекса Российской Федерации.

Все основные элементы налогообложения (объект налогообложения, налоговая база, налоговый период, налоговая ставка, порядок исчисления налога, порядок и сроки уплаты налога) устанавливаются названной выше главой Налогового Кодекса Российской Федерации.

Согласно статье 288 Налогового Кодекса Российской Федерации налогоплательщики – российские организации, имеющие обособленные подразделения, к которым относятся и Банк России, исчисление и уплату в федеральный бюджет сумм авансовых платежей, а также сумм налога, исчисленного по итогам налогового периода, производят по месту своего нахождения без распределения указанных сумм по обособленным подразделениям.

Прибыль, полученная Центральным Банком Российской Федерации от осуществления деятельности, не связанной с выполнением им функций,

предусмотренных Федеральным законом «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)», облагается налогом по налоговой ставке, предусмотренной пунктом 1 статьи 284 Налогового Кодекса Российской Федерации, либо по ставкам предусмотренным пунктами 3 и 4 указанной статьи к соответствующей налоговой базе.

Согласно статье 289 Налогового Кодекса Российской Федерации Банк России как организация, в состав которой входят обособленные подразделения, обязан представлять в налоговые органы налоговые декларации по налогу на прибыль организаций по месту своего нахождения и месту нахождения каждого обособленного подразделения. При этом по месту нахождения организации налоговая декларация представляется в целом по организации с распределением по обособленным подразделениям.

Банк России является налогоплательщиком налога на добавленную стоимость в соответствии с нормами главы 21 «Налог на добавленную стоимость» Налогового Кодекса Российской Федерации.

При исчислении и уплате единого налога на вмененный доход подразделениям Банка России следует руководствоваться главой 26.3 «Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности» Налогового Кодекса Российской Федерации, другими федеральными законами, законами субъектов Российской Федерации, нормативно-правовыми актами, принятыми в соответствии с указаниями глав Налогового Кодекса Российской Федерации, положениями по налоговому учету. Указанные законодательные и нормативно-правовые акты следует применять с учетом вносимых изменений и дополнений.

Герменевтический компонент в процессе обучения студентов

Н.Д. Колетвинова

д.п.н., профессор кафедры социально-трудовых отношений и основ профсоюзного движения

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Модернизация современного образования требует переосмысления образовательных парадигм, компетентностных подходов, установок обучения. В этом плане проблематика развития профессиональной коммуникативной компетенции будущих учителей приобретает качественно новые черты и в той или иной мере реализуется в курсе всех учебных дисциплин педагогических вузов. Не являются исключением и предметы языкового цикла на неязыковых факультетах педвузов.

Развитие профессиональной коммуникативной компетенции на занятиях по языковым дисциплинам в данном случае имеют свою специфику, связанную с недостаточным уровнем языковой подготовки студентов-нефилологов. В соответствии с этим особую актуальность приобретает проблема создания такой дидактической системы развития профессиональной коммуникативной компетенции, которая могла бы реализовать потребности учителя в осуществлении разнообразных видов профессиональной коммуникативной деятельности с адекватным речевым оформлением на основе интеллектуального общения с доминантой общечеловеческих ценностей. Поэтому включение герменевтического аспекта в развитие профессиональной коммуникативной компетенции будущего учителя обосновано требованиями времени [1]. Преимущество такого подхода заключается в том, что в данном аспекте для учащихся овладение знанием предстает как неотъемлемая личностно-смысловая часть реальной жизни, как путеводитель в многомерном мировом пространстве, а не как нечто отдаленное, связанное с получением оценки за ответ на уроке.

Поскольку герменевтическая направленность в дидактической системе развития профессиональной коммуникативной компетенции в той или иной мере охватывает все ее структурно-содержательные компоненты, то, на наш взгляд, возможно говорить о герменевтико-ориентированном общении как об одном из дидактических условий развития профессиональной коммуникативной компетенции студентов.

Под герменевтико-ориентированным общением понимается интеллектуально-эмоциональное личностное и межличностное взаимодействие на основе аксиологической и духовно-нравственной интерпретации текста в соотнесенности его с пониманием в гуманитарном аспекте с объяснением в естественно-научном аспекте. Данная соотнесенность опирается на реализацию многоуровневых интеграционных связей и включение личностно-смысловых факторов в процессе интерпретации текста ее автором.

Поскольку, как отмечал Хайдеггер, освоение человеком окружающего мира происходит посредством языка в диалогизированной форме, то герменевтико-ориентированное общение в развитии профессиональной коммуникативной компетенции студентов приобретает особое значение, т.к. язык, обладая достаточным арсеналом средств, позволяет реализовать все текстуальные и контекстуальные возможности интерпретации текста, обеспечивающих соотнесенность понимающего и объясняющего начал.

Герменевтико-ориентированное общение как дидактическое условие развития профессиональной коммуникативной компетенции студентов включает в себя такие структурно-содержательные компоненты, как разноуровневые и разножанровые нарративы с адекватным дифференцированным речевым оформлением [2, С.40].

Каждый компонент направлен на развитие соответствующих коммуникативно-герменевтических компетенций. Исходя из этого, проектирование каждого нарратива целесообразно осуществлять в строгом соответствии с его логико-гносеологической направленностью и социально-культурной, социально-педагогической установками.

Важность такого триединства обоснована особенностями самой полифункциональной деятельности учителя в контексте целостности и взаимодействия всех ее компонентов.

В соответствии с этим нарративы как составляющие компоненты герменевтико-ориентированного общения имеют свою содержательно-речевую наполняемость. Исходя из этого, в контексте развития профессиональной коммуникативной компетенции возникает целесообразность подразделения их на следующие концентры: концентр дополнительной герменевтической информации (биографический экскурс, культурно-исторические этюды, комментарии общечеловеческой значимости открытий и т.д.); концентр герменевтической интерпретации текста, в котором: специализированная научная информация: трактуется в контексте гуманистических традиций и принципов; концентр когнитивно-герменевтического обобщения и интроспекции, на основе которого осуществляется осмысление, познание и самопознание человека; определение его роли в многомерном мире.

Все нарратив-концентры находятся во взаимодействии и взаимосвязи друг с другом и позволяют придать целостность, системообразующее начало всем структурно-содержательным компонентам герменевтико-ориентированного интеллектуального общения, способствующего формированию современного мировоззрения у обучающихся.

Это взаимодействие можно проследить при более подробном их рассмотрении.

Овладение коммуникативно-нарративной компетенцией использования дополнительной герменевтической информации имеет свою специфику. Кроме общей эрудиции, будущему учителю необходимо владеть компетенцией содержательно-логической ориентированности, позволяющей уместно и целенаправленно вводить ее в канву учебного текста, определять ее соразмерность по отношению к остальным составляющим. Кроме того, необходимо владеть адекватными языковыми средствами, способствующими

возникновению атмосферы сопереживания и сотворчества в процессе интеллектуального общения.

Биография ученого, историко-культурные сведения, расширяющие учебную информацию, не должны иметь характер "проговаривания" сведений ради сведений. Элементы дополнительной информации только тогда могут выполнить свою герменевтическую предназначенность, когда они будут представлены в повествовании об ученом как о личности, вносящей в научное открытие свои неповторимые черты, как о личности, обогатившей духовно-научный опыт человечества. Данные биографические сведения играют роль предвестников глубокого понимания ценностных показателей знания и способствуют формированию у адресной аудитории смыслового пространства познания. Включение в повествование художественных средств языка, эмоциональность речи в аспекте выбора правильной интонации повышают эффективность осмысления общечеловеческой значимости деятельности ученых, их открытий, развивают интерес и познавательную активность обучающихся в контексте личностного смысла усвоения научной информации. Однако успешность развития данной компетенции студентов зависит от многих факторов: уровень знания специальных дисциплин, умение анализировать учебный материал, преломляя его через призму личностных смыслов, общая культура речи, эрудиция, выбор адекватного речевого оформления для компонентов эмоционально-интеллектуального общения. Без овладения данным комплексом компетенций герменевтико-ориентированное общение не приобретет системный характер в профессиональной коммуникативной деятельности учителя.

Важное место в овладении данными компетенциями отводится проектированию специальных профессиональных коммуникативно-нарративных заданий, включающих составление биографических экскурсов с учетом их познавательно-воспитательной значимости, позволяющих донести до учащихся понимание личностных качеств человека, совершившего открытие.

Кроме биографических экскурсов, студенты составляют нарративы социально-исторической, социально-культурной информации дополнительного и справочного характера. Поскольку нарративы рассматриваются как факторы социально-педагогического взаимодействия, то в контексте развития профессиональной коммуникативной компетенции несомненно важную роль играют коммуникативные задания на составление конспекта урока-беседы с использованием художественно-эстетических приемов, образных языковых средств, сочетающихся с логико-гносеологической направленностью основного учебного материала.

Важно подчеркнуть, что каждое коммуникативное задание направлено на развитие и закрепление как компетенции конкретного вида деятельности, так и комплекса компетенций, поскольку любой вид профессиональной коммуникативной деятельности, любая сфера коммуникативного взаимодействия не может ограничиться какой-либо одной компетенцией. В этом плане герменевтико-ориентированное общение не является исключением.

Развитие профессиональной коммуникативной компетенции герменевтической интерпретации текста направлено прежде всего на то, чтобы студенты научились видеть изучаемый предмет с разных сторон, включая гностические, эстетические, этические компоненты. Поэтому интерпретация текста рассматривается не только с позиции контекстуальной дифференциации, но и с позиции единства двух начал: интерпретации-понимания и интерпретации-объяснения.

Следует отметить, что интерпретация-объяснение, опираясь на фиксированную заданность самого научного знания, требует использования языка специальности, метаязыка, соблюдение требований научного стиля изложения, соблюдение правил строгой однонаправленности и однозначности выведения научных понятий. Кроме того, необходима и специальная компетенция осуществления нейтрально-речевых переходов к интерпретации-пониманию с учетом их равноправной соразмерности в интерпретируемом целостном тексте содержательно-тематической определенности.

Поэтому двойственность трактовки предмета познания диктует и двойственность его речевого оформления, т.к. интерпретация-понимание опирается на основы, отражающие ценностный, духовный опыт человечества, личностные смыслы. Исходя из этого, речевое оформление интерпретации-понимания требует использования художественных средств на основе нейтрально-речевых переходов. Важно отметить, что взаимодействие языка художественной литературы и научного стиля речи должно основываться на соблюдении норм культуры речи, оно не должно приводить к речевым ошибкам "смешения стилей" в процессе эмоционально-интеллектуального общения.

В соответствии с этим нарратив герменевтической интерпретации текста вызывает особую трудность у студентов неязыковых факультетов, т.к. требует достаточно сформированной языковой компетенции, основанной на значительном словарном запасе и необходимом и достаточном уровне культуры речи.

Развитие герменевтической интерпретации текста опирается на умение синтезировать разножанровые компоненты, объединенные содержательно-тематической направленностью учебного материала. Причем приоритетная роль в выборе способов интерпретации, распределении интерпретируемых компонентов принадлежит самому интерпретатору. В соответствии с этим интерпретируемый текст во многом выступает как реализация творческих поисков, личностных смыслов учителя. Однако раскрытие всей научной, познавательной и воспитательной полноты герменевтически интерпретированного текста через призму собственного видения проблемы не может основываться на реализации только одной коммуникативно-нарративной компетенции.

Здесь должна быть задействована и компетенция реализации интеграционных связей, компетенция конструирования текстов, компетенция владения акцентированным на личности подходом, системным подходом и др.

Поэтому герменевтическую интерпретацию текста целесообразно, на наш взгляд, рассматривать в аспекте развития профессиональной коммуникативной

компетенции не только как синтез разножанровых компонентов, но и как синтез адекватных процедур, отвечающих требованиям взаимодействия объяснения в естественно-научном аспекте и понимания в гуманитарном аспекте.

И для овладения данной компетенцией отдельно взятых методов и приемов будет явно недостаточно, потребуется либо какой-то комплекс взаимодействующих операций, либо наполнение новым качеством уже имеющиеся подходы и приемы. И здесь открывается достаточный простор для творческой индивидуальности учителя.

К числу коммуникативных заданий, развивающих компетенции герменевтической интерпретации текста, можно отнести составление диалогов на реализацию интеграционных связей в герменевтическом аспекте. Составление эмоционально-интеллектуальных повествований, сочетающих научные и художественно-эстетические подходы в конструировании текстов-повествований, комментариев с использованием образно-эмоциональных средств, составление конспектов уроков с использованием нарративов и последующим определением роли последних в формировании духовно-нравственной позиции обучающихся.

Выведение нарратив-концентра когнитивно-герменевтического обобщения и интроспекции в контексте развития профессиональной коммуникативной компетенции герменевтико-ориентированного общения имеет свое обоснование.

Во-первых, герменевтически обусловленная презентация интерпретированного текста непосредственно соотносится с когнитивными компонентами в процессе интеллектуального общения. Использование таких когнитивных компонентов, как ассоциация, память, семантические сети, когнитивная метафора расширяет и углубляет герменевтическую направленность интеллектуального общения. Каждый когнитивный компонент реализуется на основе проектирования коммуникативной деятельности будущего учителя в соответствии с требованиями создания целостной картины

мира с ценностными приоритетами, во-вторых, такое обобщение можно рассматривать как основу закрепления понимания гуманитарных смыслов и ценностей действительности. В-третьих, данный концентр открывает перспективу осмысления человеком: его роли в мировом пространстве на основе самонаблюдения, самоанализа. В результате этого интерпретация текста приобретает логико-когнитивный и личностно-смысловой характер. Кроме того, именно данный концентр позволяет развить компетенцию учителя, его личностно-смысловые позиции, взгляды, элементы индивидуального подхода к трактовке текста и выбора процедур ее осуществления.

Концентр когнитивно-герменевтического обобщения и интроспекции включает в себя обобщенно-скопанованный материал интерпретированных текстов, построенных на акцентировании гуманитарного аспекта.

Такой материал в основном ориентирован на развитие у учащихся духовных качеств, осмысленного отношения ко всему происходящему в мире, уважения к духовно-интеллектуальному наследию народа. Такая перспектива подбора и интерпретации текстов развивает в дальнейшем у студентов компетенцию персонифицированного интеллектуального общения. Однако это требует от учителя высокого профессионального мастерства, владения комплексом профессионально-коммуникативных компетенций. Поэтому развитие нарративно-коммуникативной компетенции в этом плане опирается на тесное взаимодействие всех структурно-содержательных компонентов дидактической системы развития профессиональной коммуникативной компетенции.

К числу коммуникативных заданий, обеспечивающих развитие данной компетенции, целесообразно, на наш взгляд, отнести интерпретацию текстов с включением таких элементов, как когнитивная метафора, семантические сети, составление ассоциативных задач. Коммуникативные задания такого плана позволяют реализовать творческие способности студентов, индивидуальный стиль презентации материала, личностное осмысление в определении ценностных компонентов изучаемых явлений окружающей действительности.

Составление самодialogов позволяет выработать компетенцию самоанализа, самопонимания интерпретируемого знания в контексте прогнозируемого мысленного интеллектуального общения. Кроме того, овладению данной компетенции способствует и выполнение заданий, основанных на личностном осмыслении реализации авторского опыта, которые для студентов важны в том плане, что позволяют по-новому посмотреть на характерные особенности своей будущей профессиональной деятельности, выявляя в ней приоритетные для себя стороны.

Концентр адекватности дифференцированного речевого оформления герменевтико-ориентированного общения занимает особое место в контексте развития профессиональной коммуникативной компетенции и имеет свою специфику, т.к. каждый его концентр имеет в основном свое речевое оформление. В результате этого возникает необходимость в овладении компетенцией выбора дифференцированных, ситуативно обусловленных языковых средств. Если определять специфические черты герменевтико-ориентированного речевого оформления, то, во-первых, в данном аспекте требуется учет особенностей герменевтических элементов интерпретированного текста, диктующих выбор соответствующих образно-эмоциональных языковых единиц, соотносящихся с художественно-эстетическими способами интерпретации текста естественнонаучного характера, во-вторых, выбранные образно-эмоциональные языковые средства должны вписываться в канву логико-гносеологической направленности учебного материала, не контрастируя с языком специальности и научным стилем изложения в плане уместности и соразмерности; в-третьих, необходим выбор таких языковых средств, которые бы стимулировали познавательную активность герменевтической направленности и диалогизированную форму эмоционально-интеллектуального общения (риторические вопросы, краткие художественные этюды, вызывающие чувства сопереживания, гордости и т.д.). Кроме того, компетенция адекватности выбора языковых средств как личностно-профессиональное качество связана с речевым оформлением

художественно-эстетических способов интерпретации текста, что способствует развитию творческих возможностей учителя, вариативности выбора индивидуальных языковых средств и стиля их изложения, характера интерпретации и приоритетности его составляющих. Это находит воплощение в создании мастер-классов, авторских программ и школ, реализующих герменевтическую образовательную парадигму.

Кроме того, следует отметить, что есть еще одна сторона позитивности использования нарратив-концентов: развитие компетенции методической, критической рефлексии, основанной на вдумчивом отношении к выбору текста, средствам его интерпретации с учетом адекватности выбранных речевых средств, отвечающих его целевым установкам и адекватной оценке вносимых в интерпретацию текста личностных смыслов, что способствует выявлению и анализу негативных моментов интеллектуального общения.

Развитие компетенции критической рефлексии выполняет важную роль и в том плане, что позволяет акцентировать внимание студентов на факторах, тормозящих герменевтический аспект интеллектуального общения. К таким факторам-блокаторам можно отнести отсутствие у будущих учителей глубоких знаний по профильным дисциплинам, низкий уровень эрудиции и речевой культуры, подмена герменевтической интерпретации текста когнитивной интерпретацией, невладение герменевтически обусловленной дифференциацией языковых единиц, неумение выводить личностные смыслы в интерпретируемом тексте и др.

Критическая рефлексия приобретает в данном аспекте системный характер и в дальнейшем охватывает все структурно-содержательные компоненты дидактической системы развития профессиональной коммуникативной компетенции студентов неязыковых факультетов.

Анализ научных исследований по данной проблематике и практический опыт позволили разработать специальную профессионально коммуникативную герменевт-карту, которую можно рассматривать как обобщенное руководство к овладению компетенцией герменевтико-ориентированного общения. В нее

вошли следующие составляющие: осознанная интерпретация текста в ракурсе герменевтической диалогизации, открывающей возможности для реализации принципов гуманизации и гуманитаризации; выявление и творческое использование компонентов герменевтико-ориентированного общения, способствующего созданию атмосферы сопереживания, сотворчества, содуховности; владение организационно-стимулирующими процедурами эмоционально-интеллектуального общения, использование самостоятельно разработанной системы проблемных вопросов, направленных на выявление общечеловеческих ценностных приоритетов, нравственных критериев, формирующих мировоззрение и жизненную позицию обучающихся; знание особенностей адресной аудитории, владение приемами ситуативно обусловленной регламентации свободного обмена мнением в процессе интеллектуального общения, не позволяющими выйти за рамки толерантности; мотивационная осознанность перспективной значимости герменевтико-ориентированного общения; владение фактором прогнозирования обратной связи; владение критической рефлексией в оценке и анализе результатов герменевтико-ориентированного общения; знание интеллектуальных основ профессионально-коммуникативной деятельности учителя; владение герменевтико-дифференцированными возможностями речевого оформления видов интеллектуальной деятельности; личностно-выработанную на основе глубоких наблюдений систему толкования текста с адекватным речевым оформлением, акцентирование авторской позиции в выборе содержательно-процессуальных компонентов эмоционально-интеллектуального общения.

Таким образом, овладение компетенцией герменевтико-ориентированного общения основывается на соответствующей парадигме, включающей в себя:

- введение герменевтико-ориентированного общения в законченную дидактическую систему развития профессиональной коммуникативной компетенции как дидактического условия, способствующего овладению всеми ее структурно-содержательными компонентами в контексте общечеловеческих

ценностей, принципов гуманизации и гуманитаризации образования. Это позволяет осуществлять профессиональную коммуникативную деятельность в рамках инновационных подходов к развитию у обучающихся познавательной, духовной, личностно-смысловой активности;

- реализация интеграционных связей должна осуществляться в контексте герменевтического взаимодействия естественнонаучных и гуманитарных дисциплин с приоритетным использованием художественно-эстетических способов интерпретации текста, усиливающих степень понимания духовно-научной значимости знаний;

- использование нарративов в интерпретированных текстах рассматривается как неотъемлемая часть фиксирования детерминирующих сторон взаимодействия и взаимосвязи двух начал: понимания в гуманитарном аспекте и объяснения в естественнонаучном аспекте. Это позволяет систематизировать все компоненты герменевтико-ориентированного общения, направленные на осознание обучающимися ценностных и личностных смыслов овладения знаниями;

- герменевтическая интерпретация текста открывает достаточные возможности для студентов на основе самонаблюдений, анализа личного опыта осуществлять методическую критическую рефлексию в рамках оценки правильности использования дифференцированных языковых средств, включения личностно-смысловых комментариев в интерпретацию текста, целесообразности и уместности использования художественно-эстетических способов в процессе эмоционально-интеллектуального общения.

Подводя итоги основным направлением развития профессионально-коммуникативной компетенции герменевтико-ориентированного общения, можно отметить, что данная компетенция отвечает требованиям современного образования, направленного на повышение качества подготовки учителя, для которого приоритетной стороной деятельности является овладение высоким мастерством, такими личностно-профессиональными качествами, которые позволят осуществлять профессионально-коммуникативную деятельность

в контексте взаимодействия естественнонаучного и гуманитарного подходов, в соответствии с которыми получение знаний учащимися будет осуществляться в аспекте взаимодействия их общечеловеческой и личностно-смысловой значимости. Все это соответствует современным: гуманистическим и гуманитарным принципам образования, направленным на совершенствование современного общества.

Литература

1. Андреев В.И. Педагогика творческого саморазвития. Инновационный курс. Кн. 1. – Казань, 1996.
2. Закирова А.Ф. Герменевтическая интерпретация педагогического знания // Педагогика. – 2004 – №1.
3. Колетвинова Н.Д. Развитие профессионального общения будущего учителя. – Казань, 2002.

Основы гуманизации современного образования. (Фундаментализация и гуманизация образования – путь к взаимопониманию)

Т. Д. Колетвинова

доцент кафедры социально-трудовых отношений

и основ профсоюзного движения

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

С точки зрения цивилизованного подхода к анализу общественного развития человеческого общества, который утвердился, наконец, в нашей науке и все более утверждается в нашем сознании, в центре внимания встает Человек, как субъект действия. Человеческий фактор и ценности, обуславливающие его развитие, становятся универсальным условием общественного процесса. Развитие цивилизации – это развитие человека, его потребностей, от материальных к духовным, к всестороннему развитию индивидуальности.

Отсюда вытекает актуальность проблемы гуманизации общества, и, как важнейшего фактора развития общества и государства, образования, т. к. воспитанные в гуманистическом духе специалисты завтра станут носителями духовности, гуманности во все слои нашего общества, хранителями общечеловеческих ценностей, созидателями культуры, а в конечном счете – творцами общественного прогресса. Образование должно стать основой для формирования мировоззрения, адекватного технологическим успехам современности. Пока, к сожалению, существует огромный разрыв между уровнем развития технологии и уровнем самосознания человечества.

В последние десятилетия проблема нравственного воспитания в образовательных системах многих стран все больше уходит на задний план. Ее вытесняют прагматические аспекты обучения, направленные на подготовку квалифицированного и рационально мыслящего специалиста.

В результате этого в мире вырастает целое поколение безнравственных людей, не имеющих ни четких духовных жизненных ориентиров, ни нравственных ограничений для своих поступков. Эта ситуация очень опасна для общества, т. к. свидетельствует о его быстрой духовной деградации.

Как мы отметили, кризис образования является и морально психологическим. Современное образование ведет к тривиальности мышления, начинается компьютерная дебилизация подростков. Массовая культура, порожденная в США, бумерангом бьет и по детям самой Америки.

Образование в России в 50-70 годы было лучшим в мире. Теперь реализуется худший вариант либеральной системы образования, вместо традиционной консервативной «немецко-русской». А. И. Солженицын писал: «Удивительно, сокращаются и математические предметы..., снижается и общая математическая подготовка нашего общества, падает его элементарная логическая грамотность». Мы все с вами видим, что сокращаются часы и по гуманитарным дисциплинам: русскому языку (студенты делают массу ошибок в письменной и устной речи), культуре речи, культурологии, иностранному языку. Три слоя общества: обеспеченные – 20%, выживающие – 50% и за

чертой бедности – 30% поставляют в институты соответственно 58%, 36% и 6% студентов.

Поэтому первоначальными задачами образования должны стать моральное и физическое здоровье россиян. Мы должны сориентировать наше высшее образование на Личность, положить в основу обучения и воспитания молодежи гуманистическую систему ценностей, «особую» педагогическую философию, неразрывно связанную, как отмечал один из основоположников гуманистической психологии К. Роджерс, «с личностным способом бытия человека».

В эту систему ценностей входят убеждения в личностном достоинстве каждого человека, в значимости для каждой личности способности к свободному выбору и ответственности за его последствия, в радости учения как творчества.

Эта система ценностей определяет не только повышенное внимание к гуманитаризации образования как одному из основных направлений гуманизации высшего образования, но и меняет роль преподавателя. Преподаватель вуза должен выступать не как транслятор информации, а как руководитель осмысленного учения студентов.

Гуманизация образования – это подлинная реформа образования, которую нельзя обеспечить отдельными нововведениями. Нужно не только увеличение доли и разнообразия социально-гуманитарных дисциплин, но и внедрение новых технологий обучения, разработка новых образовательных программ. Однако нужно исходить из того, что гуманизация образования не является прерогативой лишь представителей гуманитарных дисциплин. Гуманизация образования должна основываться на перестройке личностных установок преподавателя и студента, реализующихся в процессе их межличностного взаимодействия, в переходе от моноlogики к диалогике.

Именно диалогическое сознание, а не моноlogика должно стать основой нашего образования. В век компьютеризации, автоматизации нет разумной альтернативы сократовскому методу диалога, методу, основанному на этике

сотрудничества, уважения к личности. Учитель, который не навязывает свое видение Истины, а является соучастником со своими учениками в познании мира и самих себя.

Именно такой подход позволит вузам готовить не только высококвалифицированных специалистов, но и высокообразованных, высококультурных людей, способных творить на благо общества и всего человечества, продвигая его по пути не только экономического и социального прогресса, но и духовного, нравственного совершенствования.

Только через гуманистическое образование можно преодолеть проблемы нашего общества, прийти к реальной демократии, социальному благополучию и занять достойное место в мировом обществе.

И, конечно, образование не должно быть бесплатным. Студенты должны получать приемлемую стипендию, а преподаватели достойную зарплату.

Особенности лицензирования медицинской деятельности

А.Н. Краснова

(студентка Казанского филиала ОУП ВО «АТиСО»)

С момента принятия Конституции, основного закона государства, за каждым гражданином было закреплено право на свободное предпринимательство. Кроме того, права и свободы человека, использование им своих способностей для ведения любой разрешенной законом деятельности ставятся выше интересов государства. Тем не менее существуют виды деятельности, разрешение на которые необходимо получить в компетентных органах. Такое разрешение ни в коем случае не является ограничением прав или свобод юридического лица или предпринимателя, а является заботой государства о своих гражданах с целью уберечь их от возможного ущерба как их имуществу, так и здоровью.

В соответствии с п. 46 ч. 1 ст. ФЗ №99 от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015) медицинская деятельность не является исключением. Она подлежит обязательному лицензированию. Основными документами, регламентирующими порядок лицензирования медицинской деятельности являются:

- Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015);

- Положение о лицензировании медицинской деятельности, утвержденное Постановлением Правительства РФ от 16.05.2012 № 291.

Официальное определение лицензирования дается в статье 2 Федерального закона №99 - ФЗ от 04.05.2011 (ред. от 13.07.2015) «О лицензировании отдельных видов деятельности»:

«лицензирование - мероприятия, связанные с предоставлением лицензий, переоформлением документов, подтверждающих наличие лицензий, приостановлением действия лицензий в случае административного приостановления деятельности лицензиатов за нарушение лицензионных требований и условий, возобновлением или прекращением действия лицензий, аннулированием лицензий, контролем лицензирующих органов за соблюдением лицензиатами при осуществлении лицензируемых видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий, ведением реестров лицензий, а также с предоставлением в установленном порядке заинтересованным лицам сведений из реестров лицензий и иной информации о лицензировании».

В соответствии с п. 3 Положения о лицензировании медицинской деятельности медицинскую деятельность составляют работы (услуги) по перечню согласно приложению, которые выполняются при оказании первичной медико-санитарной, специализированной (в том числе высокотехнологичной), скорой (в том числе скорой специализированной), паллиативной медицинской помощи, оказании медицинской помощи при санаторно-курортном лечении, при проведении медицинских экспертиз, медицинских осмотров, медицинских

освидетельствований и санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий в рамках оказания медицинской помощи, при трансплантации (пересадке) органов и (или) тканей, обращении донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях. Требования к организации и выполнению указанных работ (услуг) в целях лицензирования устанавливаются Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации.

Исходя из п. 3 Положения о лицензировании медицинской деятельности, наличие лицензии на осуществление медицинской деятельности необходимо при выполнении одного или нескольких видов работ (услуг), указанных в данном Перечне.

Иногда организации, не являющиеся медицинскими с позиций законодательства (салоны красоты, СПА, косметические студии), оказывают населению услуги по массажу, проколу мочек ушей, пирсингу, перманентному макияжу без соответствующей лицензии на медицинскую деятельность.

Согласно Перечню работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности, а также сложившейся арбитражной практике, указанные работы (услуги) являются медицинскими и для их выполнения (оказания) требуется лицензия на медицинскую деятельность.

Кроме того, в судебных актах отмечается, что массаж, прокол мочек ушей, пирсинг, перманентный татуаж относятся к простым медицинским услугам согласно Номенклатуре работ и услуг в здравоохранении, утв. Минздравсоцразвития России от 12.07.2004, при этом услуги массажа быть также отнесены и к прочим бытовым услугам, в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению, утвержденный Постановлением Госстандарта России от 28.06.1993 № 163, но только в случае их оказания в банях и душевых.

Таким образом, все вышеперечисленные услуги являются медицинскими и для их оказания организациям и индивидуальным предпринимателям необходимо иметь лицензию на медицинскую деятельность.

В соответствии с ФЗ № 99 от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» и Положением о лицензировании медицинской деятельности, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 16.05.2012 № 291, получить лицензию на осуществление медицинской деятельности могут юридические лица и индивидуальные предприниматели, которые:

- намереваются осуществлять медицинскую деятельность, выполняя определенные виды работ и услуг;
- соответствуют установленным лицензионным требованиям.

Лицензирование медицинской деятельности осуществляют следующие лицензирующие органы:

а) Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения и социального развития в отношении:

- медицинских и иных организаций, подведомственных федеральным органам исполнительной власти, государственным академиям наук;

- медицинских и иных организаций, подведомственных органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации, за исключением медицинских организаций, находящихся по состоянию на 1 января 2011 г. в муниципальной собственности, - по 31 декабря 2012 г. включительно;

- медицинских и иных организаций, осуществляющих деятельность по оказанию высокотехнологичной медицинской помощи;

б) уполномоченные органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации в отношении:

- медицинских и иных организаций, подведомственных органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации и находящихся по состоянию на 1 января 2011 г. в муниципальной собственности, медицинских и иных организаций муниципальной и частной систем здравоохранения, за исключением медицинских и иных организаций, осуществляющих деятельность по оказанию высокотехнологичной медицинской помощи, - по 31 декабря 2012 г. включительно;

- медицинских и иных организаций, за исключением подведомственных федеральным органам исполнительной власти, государственным академиям наук, а также медицинских и иных организаций, осуществляющих деятельность по оказанию высокотехнологичной медицинской помощи, - с 1 января 2013 г.;

- индивидуальных предпринимателей.

Деятельность, на осуществление которой федеральными органами государственной власти выдана лицензия, может осуществляться на всей территории Российской Федерации (статья 7 ФЗ № 99 от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015)).

Деятельность, на осуществление которой лицензирующим органом субъекта Российской Федерации выдана лицензия, может осуществляться на территории данного субъекта Российской Федерации. На территориях иных субъектов Российской Федерации такая деятельность, по общему правилу, может осуществляться при условии уведомления лицензиатом лицензирующих органов соответствующих субъектов Российской Федерации.

Заявление о предоставлении лицензии на осуществление медицинской деятельности должно подаваться юридическими лицами по месту нахождения (месту государственной регистрации - п. 2 ст. 54 ГК РФ), физическими лицами - по месту жительства. Заявление о предоставлении лицензии на осуществление медицинской деятельности при лицензировании филиалов, находящихся в других субъектах РФ, подается в лицензирующий орган по месту государственной регистрации соискателя.

Конкретный орган исполнительной власти субъекта РФ, осуществляющий лицензирование медицинской деятельности, определяется в нормативно-правовых актах субъектов РФ, и в каждом субъекте он различен.

Помимо выдачи лицензии, в ее получении могут и отказать. К основаниям для отказа в предоставлении лицензии относятся:

- наличие в представленных соискателем лицензии заявлении или прилагаемых к нему документах недостоверной или искаженной информации

(п. 1 ч. 7 ст. 14 ФЗ № 99 от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015);

- установленное в ходе проверки несоответствие соискателя лицензионным требованиям (п. 2 ч. 7 ст. 14 ФЗ № 99 от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015)).

Решение об отказе в предоставлении лицензии оформляется приказом (распоряжением) лицензирующего органа (ч. 2 ст. 14 ФЗ № 99 от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015)). При этом соискателю лицензии направляется заказным почтовым отправлением с уведомлением о вручении (или в течение трех рабочих дней с момента принятия решения вручается) уведомление об отказе в предоставлении лицензии. Данное уведомление должно содержать мотивированное обоснование причин отказа со ссылкой на конкретные положения нормативных правовых актов и иных документов, на основании которых принято решение об отказе. Если же причиной отказа является установленное в ходе проверки несоответствие соискателя лицензионным требованиям, в уведомлении должны быть приведены реквизиты акта проверки (ч. 6 ст. 14 ФЗ № 99 от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015)).

Если организации или индивидуальному предпринимателю было отказано в выдаче лицензии (по основаниям, которые не установлены в ч. 7 ст. 14 ФЗ № 99 от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015)), или в случае если соискатель уверен в том, что все документы были оформлены верно и представлены в полном объеме и лицензионным требованиям он соответствует) либо лицензия не была выдана в установленный срок, отказ (бездействие) лицензирующего органа можно обжаловать в судебном порядке.

Обращаться следует в арбитражный суд. Заявление при этом будет рассматриваться в порядке, предусмотренном гл. 24 АПК РФ.

Обжаловать действие (бездействие) можно в течение 3 месяцев со дня, когда организации или индивидуальному предпринимателю стало известно о нарушении их прав и законных интересов (п. 4 ст. 198 АПК РФ).

Возможен и административный порядок обжалования, установленный в гл. 2.1 ФЗ № 210 от 27.07.2010 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (ред. 13.07.2015).

В соответствии со ст. 11.1 ФЗ № 210 от 27.07.2010 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (ред. 13.07.2015) существует примерный перечень тех нарушений порядка предоставления государственных услуг, которые могут обжаловаться в досудебном (внесудебном) порядке. К ним относятся, в частности, нарушение срока предоставления государственной услуги (п. 2 ст. 11.1 ФЗ № 210 от 27.07.2010 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (ред. 13.07.2015), отказ в ее предоставлении по основаниям, не установленным нормативно-правовыми актами (п. 5 ст. 11.1 ФЗ № 210 от 27.07.2010 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (ред. 13.07.2015), требование у заявителя документов, не предусмотренных нормативно-правовыми актами (п. 3 ст. 11.1 ФЗ № 210 от 27.07.2010 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (ред. 13.07.2015), или отказ в приеме документов (п. 4 ст. 11.1 ФЗ № 210 от 27.07.2010 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (ред. 13.07.2015).

Не смотря на тот факт, что любой документ имеет свой срок действия, выданная лицензия на осуществление медицинской деятельности действует бессрочно (в соответствии с ч. 4 ст. 9 ФЗ № 99 от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015).

Осуществление лицензируемого вида деятельности (медицинской деятельности) без лицензии является административным правонарушением, за которое ч. 2 ст. 14.1 КоАП РФ установлена ответственность в виде штрафа:

- для граждан - от 2000 до 2500 руб.;

- для должностных лиц (в том числе индивидуальных предпринимателей - примечание к ст. 2.4 КоАП РФ) - от 4000 до 5000 руб.

При этом согласно примечанию к ст. 2.4 КоАП РФ такими лицами являются руководители и иные работники организаций, выполняющие организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Ответственность за совершение административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 19.20 КоАП РФ наступает в виде предупреждения или штрафа в размере:

- для граждан - от 500 до 1000 руб.;

- для должностных лиц - от 30 000 до 50 000 руб. (или дисквалификация на срок от 1 года до 3 лет);

- для индивидуальных предпринимателей - от 30 000 до 40 000 руб. (или административное приостановление деятельности на срок до 90 суток);

- для юридических лиц - от 170 000 до 250 000 руб. (или административное приостановление деятельности на срок до 90 суток).

В тех случаях, когда административная ответственность за осуществление предпринимательской деятельности без лицензии помимо общей нормы, содержащейся в ч. 2 ст. 14.1 КоАП РФ, установлена другими статьями данного Кодекса, лицо должно привлекаться к ответственности по специальной норме.

В частности, занятие частной медицинской практикой лицом, не имеющим соответствующую лицензию, должно квалифицироваться по ч. 1 ст. 6.2 КоАП РФ.

Имеющаяся же судебная практика в целом исходит из того, что к организациям и индивидуальным предпринимателям ответственность по данной статье применяться не может.

Согласно примечанию к ст. 2.4 КоАП РФ индивидуальные предприниматели несут административную ответственность как должностные лица, если законом не установлено иное.

Санкция ч. 1 ст. 6.2 КоАП РФ не указывает в качестве субъекта административной ответственности должностное лицо. Таким образом в отношении индивидуальных предпринимателей, осуществляющих медицинскую деятельность без лицензии, должна применяться ответственность по ч. 2 ст. 14.1 КоАП РФ.

Но следует отметить, что есть и противоположное судебное решение, в котором указано, что осуществление предпринимателем медицинской деятельности без лицензии не может квалифицироваться по ч. 2 ст. 14.1 КоАП РФ, а должно влечь за собой ответственность по специальной норме.

Организации также не могут привлекаться к ответственности за осуществление медицинской деятельности без лицензии по ч. 1 ст. 6.2 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ юридические лица привлекаются к административной ответственности только в тех случаях, когда это прямо предусмотрено санкциями норм особенной части КоАП РФ или законами субъектов РФ об административных правонарушениях.

Санкция же ч. 1 ст. 6.2 КоАП РФ не предусматривает в качестве субъекта ответственности юридическое лицо. Следовательно, в отношении юридических лиц, осуществляющих медицинскую деятельность без лицензии, должна наступать ответственность по общей норме - ч. 2 ст. 14.1 КоАП РФ.

В случае если медицинская деятельность не связана с извлечением прибыли, ее осуществление без лицензии влечет за собой ответственность по ч. 1 ст. 19.20 КоАП РФ.

Деятельность, не связанную с извлечением прибыли, осуществляют, в частности, некоммерческие организации. Согласно п. 3 ст. 50 ГК РФ некоммерческие организации могут создаваться в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных организаций (объединений), учреждений, благотворительных и иных фондов, а также в иных формах, предусмотренных законом.

Если же занятия медицинской деятельностью, осуществляемой без наличия лицензии, нанесло вред здоровью человека, то в этом случае, виновное

лицо несет уже уголовную ответственность. Обратите внимание, что к уголовной ответственности привлекаются только физические лица.

За осуществление предпринимательской деятельности без лицензии, причинившее крупный ущерб гражданам, организациям или государству либо сопряженное с извлечением дохода в крупном размере, ч. 1 ст. 171 УК РФ предусмотрена уголовная ответственность в виде одного из следующих наказаний:

- штрафа до 300 000 руб. или в размере заработной платы либо иного дохода осужденного за период до двух лет;
- обязательных работ на срок до 480 часов;
- ареста на срок до 6 месяцев.

Лицо, впервые совершившее данное преступление, освобождается от уголовной ответственности, если оно (ч. 2 ст. 76.1 УК РФ):

- возместило ущерб, причиненный гражданину, организации или государству в результате совершения преступления, и перечислило в федеральный бюджет денежное возмещение в размере пятикратной суммы причиненного ущерба;
- либо перечислило в федеральный бюджет доход, полученный в результате совершения преступления, и денежное возмещение в размере пятикратной суммы дохода, полученного в результате совершения преступления.

За деяние, совершенное организованной группой или сопряженное с извлечением дохода в особо крупном размере, наступает уголовная ответственность по ч. 2 ст. 171 УК РФ в виде одного из следующих наказаний:

- штраф от 100 000 до 500 000 руб. или в размере заработной платы либо иного дохода осужденного за период от одного года до трех лет;
- принудительные работы на срок до 5 лет;
- лишение свободы на срок до 5 лет со штрафом до 80 000 руб. или в размере заработной платы либо иного дохода осужденного за период до 6 месяцев или без такового.

За осуществление незаконной предпринимательской деятельности (в том числе без лицензии) к ответственности по ст. 171 УК РФ привлекается лицо, на которое в силу его служебного положения постоянно, временно или по специальному полномочию непосредственно возложены обязанности по руководству организацией (например, руководитель исполнительного органа или иное лицо, имеющее право без доверенности действовать от имени этой организации), а также лицо, фактически выполняющее обязанности или функции руководителя организации (п. 10 Постановления Пленума ВС РФ от 18.11.2004 № 23 «О судебной практике по делам о незаконном предпринимательстве и легализации (отмывании) денежных средств или иного имущества, приобретенных преступным путем»).

Если же осуществление лицом частной медицинской практики без лицензии повлекло за собой по неосторожности причинение вреда здоровью человека, согласно ч. 1 ст. 235 УК РФ наступает ответственность в виде одного из следующих наказаний:

- штраф в размере до 120 000 руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного года;
- ограничение свободы на срок до трех лет;
- принудительные работы на срок до трех лет;
- лишение свободы на срок до трех лет.

Осуществление лицом частной медицинской практики без лицензии, повлекшее по неосторожности смерть человека, наказывается принудительными работами на срок до пяти лет либо лишением свободы на срок до пяти лет (ч. 2 ст. 235 УК РФ).

При осуществлении данного вида деятельности государством осуществляется лицензионный контроль. Он проводится лицензирующим органом для проверки полноты и достоверности сведений о соискателе лицензии, содержащихся в представленных соискателем лицензии заявлении и документах, возможности выполнения им лицензионных требований и условий,

а также для проверки сведений о лицензиате и соблюдения им лицензионных требований и условий при осуществлении лицензируемого вида деятельности.

Литература

1. «Конституция Российской Федерации» от 12.12.1993 (ред. от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // «Собрание законодательства РФ», 28.09.2015, N 39, ст. 445.

2. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 10.10.2015) // «Собрание законодательства РФ», 05.10.2015, N 40.

3. ФЗ от 04.05.2011 №99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 13.07.2015) // <http://www.consultant.ru/>.

4. ФЗ № 210 от 27.07.2010 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (ред. 13.07.2015) // <http://www.consultant.ru/>.

5. Положение о лицензировании медицинской деятельности, утвержденное Постановлением Правительства РФ от 16.05.2012 № 291 // <http://www.consultant.ru/>.

6. «Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации» от 24.07.2002 N 95-ФЗ (ред. от 29.06.2015) // <http://www.consultant.ru/>.

7. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 03.11.2015) // <http://www.consultant.ru/>.

8. «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 13.07.2015, с изм. от 16.07.2015) // <http://www.consultant.ru/>.

Проблемы правового регулирования, лицензирования кредитных организаций в Российской Федерации

А.Н. Краснова

(студентка Казанского филиала ОУП ВО «АТиСО»)

Процесс реформирования банковской системы Российской Федерации ознаменовался приходом летом 2013 года на пост главы Центрального Банка Российской Федерации Эльвиры Набиуллиной. Количество отозванных лицензий увеличилось в несколько раз. На сегодняшний день российская банковская система потеряла более 150 финансово-кредитных организаций из своего состава.

Банк России является органом банковского регулирования и надзора за деятельностью кредитных организаций. Главная цель банковского регулирования и надзора - поддержание стабильности банковской системы, защита интересов вкладчиков и кредиторов [2].

В соответствии с Федеральным законом от 10 июля 2002 г. N 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» - регулирование банковской деятельности и надзор за ней возложено на Банк России. Регулирование и надзор Банк России осуществляет от лица государства с целью создания условий для устойчивого функционирования банков и кредитных учреждений и на этой основе обеспечения доверия общества к банковской системе.

В соответствии со статьей 13 ФЗ «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N 395-1(ред. от 13.07.2015) осуществление банковских операций производится только на основании лицензии, выдаваемой Банком России в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, за исключением случаев, указанных в частях девятой и десятой настоящей статьи и в Федеральном законе «О национальной платежной системе». Лицензии, выдаваемые Банком России, учитываются в реестре выданных лицензий на осуществление банковских операций. Реестр выданных кредитным

организациям лицензий подлежит публикации Банком России в официальном издании Банка России («Вестнике Банка России») не реже одного раза в год. Изменения и дополнения в указанный реестр публикуются Банком России в месячный срок со дня их внесения в реестр.

В лицензии на осуществление банковских операций указываются банковские операции, на осуществление которых данная кредитная организация имеет право, а также валюта, в которой эти банковские операции могут осуществляться. Лицензия на осуществление банковских операций выдается без ограничения сроков ее действия.

Существуют основания, при наличии которых Центральный Банк отзывает лицензии у финансово-кредитных организаций в соответствии со статьей 20 ФЗ «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N 395-1(ред. от 13.07.2015):

- в случае установления недостоверности сведений, на основании которых выдана указанная лицензия;
- в случае задержки начала осуществления банковских операций, предусмотренных этой лицензией, более чем на один год со дня ее выдачи;
- в случае установления фактов существенной недостоверности отчетных данных;
- в случае задержки более чем на 15 дней представления ежемесячной отчетности (отчетной документации);
- в случае осуществления, в том числе однократного, банковских операций, и неисполнения федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, а также нормативных актов Банка России, если в течение одного года к кредитной организации неоднократно применялись меры, предусмотренные Федеральным законом «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»;
- в случае неоднократного в течение одного года нарушения требований, предусмотренных статьями 6, 7 (за исключением пункта 3 статьи 7), 7.2 и 7.3 Федерального закона «О противодействии легализации (отмыванию) доходов,

полученных преступным путем, и финансированию терроризма», и (или) неоднократного в течение одного года нарушения требований нормативных актов Банка России, изданных в соответствии с указанным Федеральным законом;

- в случае неоднократного в течение одного года виновного неисполнения содержащихся в исполнительных документах судов, арбитражных судов требований о взыскании денежных средств со счетов (с вкладов) клиентов кредитной организации при наличии денежных средств на счетах (во вкладах) указанных лиц;

- в случае наличия ходатайства временной администрации, если к моменту окончания срока деятельности указанной администрации, установленного параграфом 4.1 главы IX Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)», имеются основания для ее назначения, предусмотренные указанным Федеральным законом;

- в случае неоднократного непредставления в установленный срок кредитной организацией в Банк России обновленных сведений, необходимых для внесения изменений в единый государственный реестр юридических лиц, за исключением сведений о полученных лицензиях;

- в случае неисполнение кредитной организацией требований Федерального закона «Об ипотечных ценных бумагах»;

- в случае неоднократного нарушения в течение одного года требований Федерального закона «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Лицензирование, регулирование и контроль банковской деятельности образует систему банковского регулирования и надзора, которая включает в себя различные виды контроля: государственный - система банковского законодательства, общественный, ведомственный со стороны Центрального банка и иных органов, независимый - аудит.

Основными методами надзора являются пруденциальный надзор, осуществляемый на основании отчетности, предоставляемой банками в Центральный банк, и инспектирование. Особенности правового статуса данного метода закреплены в Положении ЦБР от 21 сентября 2001г. №153-П «Об особенностях пруденциального регулирования деятельности небанковских кредитных организаций, осуществляющих депозитные и кредитные операции»[5].

Источниками государственно-правового регулирования отношений в банковской сфере являются законодательные и иные нормативные акты, устанавливающие основы организации и функционирования банковской системы. На основании положений законодательных и нормативных актов отзывается лицензия у финансово-кредитных организаций в лице Центрального Банка РФ.

Основным нормативным актом, регулирующим банковскую деятельность, порядок выдачи и отзыва лицензии на осуществление банковской деятельности является Федеральный Закон № 395-1 «О банках и банковской деятельности» от 2 декабря 1990 года.

Федеральный закон 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» определяет принципы осуществления валютных операций в РФ, функции и полномочия Банка России как органа валютного регулирования и валютного контроля, права и обязанности резидентов, включая уполномоченные банки, и нерезидентов при осуществлении валютных операций, ответственность за нарушения валютного законодательства. В соответствии с данным Федеральным законом при нарушении его положений у финансово-кредитной организации также Центральным Банком отзывается лицензия на осуществление банковской деятельности.

Осуществление Банком России мероприятий по взаимодействию с другими государства по пресечению использования банковской системы России для легализации преступных доходов регулируется в Федеральном

законе от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма». При выявлении нарушений в этой области Законодательства Решением Центрального Банка отзывается лицензия.

Основным принципов совершенствования системы регулирования банковской деятельности и банковского надзора является внедрение международно-признанных норм и международного опыта с учетом особенностей организации и функционирования российского рынка банковских услуг. Это предполагает существенное развитие Банком России содержательных подходов при осуществлении надзора.

Актуальным остается вопрос совершенствования (в соответствии с международными стандартами и с учетом практики применения законодательства Российской Федерации) надзора в области противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

Литература

1. «Конституция Российской Федерации» от 12.12.1993 (ред. от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // «Собрание законодательства РФ», 28.09.2015, N 39, ст. 445.

2. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 10.10.2015) // «Собрание законодательства РФ», 05.10.2015, N 40.

3. О банках и банковской деятельности : Федеральный закон от 03. 02. 1996 г. № 17-ФЗ // «Собрание законодательства РФ», 05.10.2015, N 40

4. Федеральный Закон «О страховании вкладов физических лиц в банках РФ» от 23.12.2003 № 177-ФЗ .

5. Положение ЦБР от 21 сентября 2001 г. N 153-П «Об особенностях пруденциального регулирования деятельности небанковских кредитных организаций, осуществляющих депозитные и кредитные операции» // Вестник Банка России. – 27 сентября 2014 г. – №60.

К вопросу о повышении конкурентоспособности экономики

Л.Г. Набиева

к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

В современном мире эпоха высшего типа развития экономики – экономика знаний. Это явный тренд, который только будет набирать обороты в глобальной экономической системе. Главный и конкурентный фактор – человеческий капитал, который проявляется через реализацию человеческого потенциала (интеллекта).

Важной предпосылкой исследования послужило достаточно низкое положение национального человеческого капитала России, в частности Татарстана, используемого для удовлетворения наших потребностей, как ради себя, своих близких и общества в целом.

Сегодня конкурентоспособной будет та страна, которая одна из первых заложила краеугольный камень формирования и развития уникального высшего типа развития экономики в глобальной системе, для которой характерны информационное общество или общество знаний.

Россия уникальная страна со своими уникальными ценностями, социально-экономический интеллект, бесспорно выше, чем в развитых странах. Реальное положение в мире, статус-кво передовых стран предопределяют для нашей страны много экономических конкурентных преимуществ в новом статусе – экономики знаний.

В постиндустриальной экономике принципиально меняется значимость факторов производства: происходит смена акцентов с насыщения производства оборудованием на создание условий для производства интеллектуального продукта и темпы технологического обновления. В мире всё более явно обнаруживается зависимость экономического развития от качества человеческих ресурсов. Наиболее развитые страны располагают наибольшей долей накопленного человеческого капитала. Это вызывает рост зависимости

производства от качества, мотивации и характера использования рабочей силы в целом и каждого работника в отдельности. В экономике это должно выражаться, с одной стороны, в повышении требований к рабочей силе, с другой – в увеличении затрат на развитие созидательных способностей человека со стороны государства и частного бизнеса.

Проблема эффективного использования человеческих ресурсов существовала с давних времен и в своем развитии получила название теории человеческого капитала.

Под человеческим капиталом в современной экономической литературе понимают сформированный в результате инвестиций и накопленный человеком определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций. Конкурентоспособность страны проявляется в экономике – высокотехнологичным производством и качественными, конкурентоспособными товарами, в социальной сфере – высоким уровнем и качеством жизни, позволяющими воспроизводить конкурентоспособный человеческий капитал.

Основными направлениями инвестирования в человеческий капитал представляются инвестиции в образование и здравоохранение, оплату труда, социальное и жилищное обеспечение.

Сегодня в Республике Татарстан предпринимаются определенные шаги в направлении повышения эффективности человеческого капитала, включающие национальные проекты «Здоровье», «Образование», «Доступное жилье», «Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2015 года».

Значения показателей, отражающий уровень развития человеческого потенциала регионов Приволжского федерального округа в период с 2005-2010 гг., представлены в таблице 1 [1].

Одним из основных источников развития региона является образовательная среда, формирующая качество макроэкономических генераций

в среднесрочной и долгосрочной перспективах посредством развития человеческого капитала.

Таблица 1

Уровень развития человеческого потенциала регионов
Приволжского федерального округа

	Регион	Человеческий потенциал, количество баллов						Значение рейтинга
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	
1	Республика Татарстан	56	59	64	67	71	68	1
2	Нижегородская область	49	50	57	61	64	63	2
3	Самарская область	56	57	63	65	65	62	3
4	Пермский край	50	53	56	60	61	58	4
5	Республика Башкортостан	45	45	54	54	59	56	5
6	Саратовская область	40	41	44	44	47	45	6
7	Удмуртская Республика	36	41	43	43	46	45	7
8	Оренбургская область	28	29	35	34	42	38	8
9	Кировская область	27	30	32	35	38	37	9
10	Чувашская Республика	31	28	35	31	37	34	10
11	Ульяновская область	27	27	30	36	37	34	11
12	Республика Марий Эл	24	24	28	29	31	30	12
13	Пензенская область	20	23	26	30	30	27	13
14	Республика Мордовия	13	14	18	21	23	21	14

Среднее значение процента инвестиций в образование по республике за годы наблюдений составило 2,33% от общего объема инвестиций (к примеру, объем инвестиций в здравоохранение составляет 2,7%) (табл. 2).

Инвестиции в здравоохранение и предоставление социальных услуг продемонстрировали снижение темпов прироста в 2006,2008,2010 годах на 24,2%;17,27%;8,39% соответственно (табл. 3).

Это было связано с государственными программами развития здравоохранения Российской Федерации. Были выделены значительные средства в модернизацию материально-технической базы здравоохранения. Эта политика была сохранена и в 2012 году.

Таблица 2

**Инвестиции в образование в абсолютном и относительном выражении
в Республике Татарстан**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Инвестиции в образование в млн. руб.	4703,7	3577,4	4769,2	6352,4	3808,1	8032,1	9082,4	10138,4	11194,2
Инвестиции в образование в % к итогу	3,5	2,2	2,2	2,3	1,4	2,6	2,3	2,2	2,2
Инвестиции всего в экономику, в млн. руб.	139360,5	160605,8	214557,9	273098,1	277573,2	306019,6	393568,5	464744,9	520218,5

Однако затраты в 2012 году увеличивались с меньшим темпом. Средний темп прироста инвестиций составил 11,96%, что является ниже среднего темпа прироста в экономике практически в два раза (табл. 3).

Таблица 3

**Инвестиции в здравоохранение и предоставление социальных услуг
в абсолютном и относительном выражении в Республике Татарстан**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Инвестиции в здравоохранение и предоставление социальных услуг, в млн. руб.	6845,5	5188,8	5870,2	4856	6103,2	5590,7	10288,6	11395,6	12406,1
Инвестиции в здравоохранение и предоставление социальных услуг, в % к итогу	4,9	3,2	2,7	1,8	2,2	1,8	2,6	2,4	2,2
Инвестиции всего в экономику, в млн. руб.	139360,5	160605,8	214557,9	273098,1	277573,2	306019,6	393568,5	464744,9	520218,5

Результаты исследований показали, что в Республике Татарстан имеется значительный потенциал в укреплении человеческого потенциала. Прежде всего, за счет сформировавшейся в последние годы структуры подготовки специалистов, ориентированной на укрепление и развитие начального и среднего профессионального образования, инвестиции на научные исследования и разработки.

Литература

1. Сафиуллин М. Р., Ельшин Л. А.. Оценка и анализ развития человеческого капитала в Приволжском федеральном округе. Электронный экономический вестник Татарстана. 2012. №4. С.3-13.
2. Республика Татарстан, статистический ежегодник, 2005 год. Изд-во: Татарстанстат, г. Казань:, 2006.
3. Республика Татарстан, статистический ежегодник, 2006 год. Изд-во: Татарстанстат, г. Казань:, 2007.
4. Республика Татарстан, статистический ежегодник, 2007 год. Изд-во: Татарстанстат, г. Казань:, 2008.
5. Республика Татарстан, статистический ежегодник, 2008 год. Изд-во: Татарстанстат, г. Казань:, 2009.
6. Республика Татарстан, статистический ежегодник, 2009 год. Изд-во: Татарстанстат, г. Казань:, 2010.
7. Республика Татарстан, статистический ежегодник, 2010 год. Изд-во: Татарстанстат, г. Казань:, 2011.
8. Республика Татарстан, статистический ежегодник, 2011 год. Изд-во: Татарстанстат, г. Казань:, 2012.
9. Республика Татарстан, статистический ежегодник, 2012 год. Изд-во: Татарстанстат, г. Казань:, 2013.
10. Республика Татарстан, статистический ежегодник, 2013 год. Изд-во: Татарстанстат, г. Казань:, 2014.

Развитие бизнеса в Республике Татарстан

Ю.Г. Огородникова

к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Э.А. Бикбулатова

(студентка НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ», г. Казань)

На сегодняшний день Татарстан – один из наиболее развитых регионов России с экономической точки зрения. Республика находится в сердце крупнейшего индустриального района страны. Кроме того, Татарстан лежит на стыке мощнейших транспортных путей, соединяя восток России с севером, а запад – с югом.

Если рассмотреть бизнес во всех субъектах России, Татарстан весьма перспективен. Доля малого и среднего бизнеса тут составляет 25%. Последние удачные проекты связаны с учреждением сети технопарков (индустриальная площадка Мастер, технопарк Идея, технополис Химград). Все эти проекты вошли в экономическую зону Алабуга, притягивающую всё больше резидентов и воплощающую многомиллиардные проекты. Внутри этой экономической зоны налоговая ставка на прибыль снижена до 13,5%. Так например, становясь представителем Особой Экономической Зоны Алабуга, предприниматель на 10 лет избавляется от трёх видов налогов: на имущество организации, на её земельные участки и на транспорт [2].

В свою очередь, сама столица – Казань, является, несомненно, перспективным городом. А все потому, что в ней, к примеру, проводятся большое количество крупных мероприятий. Также, население города растёт. Все это ведет к крупномасштабному строительству. В городе строят высотные дома, стадионы, жилые и спортивные комплексы. Так, например, для осуществления государственной программы «Обеспечение качественным жильем и услугами жилищно-коммунального хозяйства населения Республики

Татарстан на 2014 – 2020 годы» потребуется хорошая строительная компания и квалифицированный персонал.

С точки зрения инвестиций в этой республике примечателен следующий факт: по рейтингу Российско-Германской внешнеторговой палаты Татарстан занял первое место среди всех субъектов России по инвестиционной привлекательности. Такую высокую оценку регион получил благодаря налаженным транспортным путям, доступности источников энергии и сырья. Не последнюю роль сыграли действующие налоговые льготы и средние цены на земельные участки. Так, на рисунке 1 мы видим, причины, по которым инвесторы зачастую делают выбор именно в пользу Республики.

Это всё ведет к формированию благоприятной среды для рождения строительных предприятий, несмотря на сезонную специфику этой сферы.

Так, по данным таблицы 1 видно, что на 2012 год всего было создано 47900 малых предприятий, и из них 6233 в сфере строительства. Это 13 % из общего числа всех малых предприятий. [2]

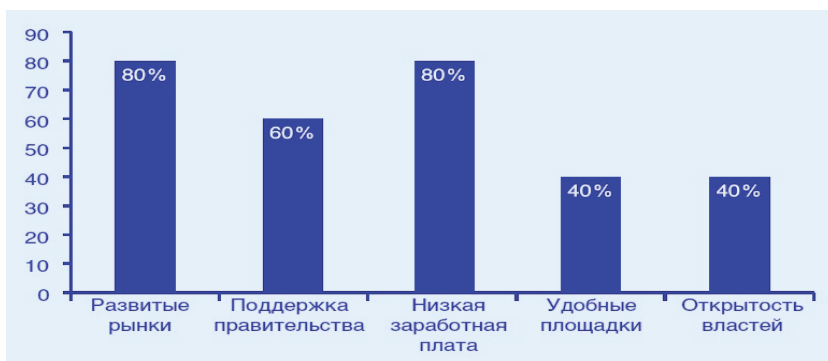


Рис. 1. Данным опроса проведенным PricewaterhouseCoopers в России [3]

Таблица 1

Малые предприятия по видам экономической деятельности в 2012 году

	Всего	в том числе: микро- предприятия	В процентах к итогу	
			Всего	в том числе: микро-предприятия
Всего	47900	41549	100	100
Строительство	6233	5266	13,0	12,7

Строительный бизнес требует немало вложений, однако существуют программы, обращенные на развитие малого и среднего предпринимательства. Так, в республике Татарстан в марте 2014го проходил сбор заявок по программе "Лизинг-грант", общий объем которой составит порядка 150 млн рублей - 60 млн рублей выделила республика, и около 90 млн рублей направили из федерального бюджета. Микрофинансирование составило от 30 до 100 тысяч рублей. Кредитная ставка не более 10%.

Также в публикации «Российская государственная библиотека» о распоряжении правительства РФ от 31 марта 2014 года N 476-р, сказано, что было выделено свыше 18 млрд рублей на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства. [1] Деньги будут направлены в рамках подпрограммы "Развитие малого и среднего предпринимательства" государственной программы "Экономическое развитие и инновационная экономика". И в частности в Татарстане в 2014 году для помощи малому и среднему бизнесу в Татарстане выделили около 1,2 млрд рублей.[2]

Также, полным ходом идет строительство транспортной системы. Существует программа обеспечивающая развитие Транспортной Системы России (2010-2015 годы). Так, к примеру, идет реконструкция автодороги М-7 «Волга» от Москвы через Владимир, Нижний Новгород, Казань до Уфы на участке км 941+000 – км 957+400. На обновление этой автодороги государство выделило 1930259 тысяч рублей.[2] Получить государственный заказ всегда считалось привилегией и это определенно дает фирме определенный импульс,

позволяющий ускорить процесс завоевания своего сегмента на рынке. А так как основными критериями для выбора победителя при размещении государственного заказа всегда являлись три основных фактора:

- высокое качество;
- минимально возможные сроки выполнения;
- низкая цена.

Соответственно, любая фирма, малая и большая, через государственную систему может получить выгодный заказ на строительство какого-либо объекта, и соответственно получить тот самый толчок.

Конечно, стоит обратить внимание не только на строительный бизнес в глобальных масштабах, но и в локальных. Мы вполне в силах собрать скромную по размерам бригаду, для мелких ремонтно-монтажных работ. В этом случае, вложения будут минимальны. Тем самым появляется возможность сработаться с более крупными фирмами, заключив с ними договора подряда и субподряда.

Учитывая, то, что строительных фирм сейчас довольно большое количество, конкуренции бояться не стоит. Всегда есть шанс занять лидирующие позиции. А для начала, неплохо бы стабильно занять и свою нишу. Продуманная рекламная стратегия, хорошие специалисты, достойный сервис, качественно предоставленные услуги, приемлемые цены и вы в топ списке в своем регионе.

И так, на основании вышеизложенного, можно сказать, что Республика Татарстан является лучшим местом для открытия и ведения бизнеса, так как все условия создают прекрасную среду для развития бизнеса. Государство создало целый ряд программ поддержки предпринимательства, необходимую инфраструктуру для расположения компаний малого бизнеса. Ведь именно развитию малого бизнеса уделяется особо внимание. В республике и в самой ее столице созданы все ценные условия для создания и развития таких компаний. Ведь собственная строительная фирма – это выгодное и перспективное дело. То есть, решение организовать строй предприятие вполне оправдано.

Литература

1. Организация предпринимательской деятельности. Схемы и таблицы. Учебное пособие. В.П. Попков; Е.В. Евстафьева. СПб.: Питер, 2011.- 352 с.
2. Предпринимательство: учеб. / под редакцией В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011 – 581 с.
3. Российская государственная библиотека [1]
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] <http://tatstat.gks.ru/> [2]
5. РwС в России [Электронный ресурс] <http://pwc.ru> [3]

Инновационная инфраструктура и ее формирование в Республике Татарстан

Ю.Г. Огородникова

к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Р. Минниханов

(студент НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ», г. Казань)

Актуальность выбранной темы исследования заключается в том, что в настоящее время создание инновационной инфраструктуры в Российской Федерации является одной из главных задач не только для развития научно – технического потенциала страны, но и для повышение конкурентоспособности отечественной экономики. Инновационная инфраструктура считается своеобразным мостом между результатами научных исследований и их внедрением государством и бизнесом. Без должным образом сформированной инновационной инфраструктуры невозможна эффективная передача результатов и достижений в научной деятельности из академического сектора в реальный сектор экономики, создание новых инновационных предприятий и их дальнейшая интеграция с предприятиями промышленного плана. Таким

образом, наиважнейшим направлением создания инновационной инфраструктуры является формирование таких ее элементов как: инновационных центров, научных и технологических парков, инкубаторов, при помощи которых будет осуществляться стратегия стимулирования роста, связывающая в одно целое элементы промышленной, региональной и инновационной политики.

В соответствии с федеральным законом РФ «Об Инновационной деятельности и государственной инновационной политике» от 16 июня 1999 года, инновационной инфраструктурой являются организации, предоставляющие субъектам инновационной деятельности услуги, необходимые для осуществления инновационной деятельности. [1]

В Российской Федерации развитие получили такие несущие элементы инновационной инфраструктуры, как технопарки (ТП), инновационно-технологические центры (ИТЦ), инновационно-производственные комплексы (ИПК), а в последние годы технико-внедренческие зоны. В настоящее время созданы и действуют:

- технопарки (ТП) - 58;
- инновационно -технологические центры (ИТЦ) - 63;
- инновационно-промышленные комплексы (ИПК) - 4;
- инновационно-технологические кластеры — 2;
- центры трансфера технологий (ЦТТ) - 86;
- национальные информационно-аналитические центры (НИАЦ) - 10

В общем, с государственной поддержкой было создано более 200 объектов инновационной инфраструктуры по всем регионам Российской Федерации. [2]

Субъекты Российской Федерации проявляют региональную специфику в формировании инновационной инфраструктуры. Республика Татарстан является одним из передовых регионов, где развитие инновационной инфраструктуры идет быстрыми темпами. В рамках развития инновационной

деятельности Республики Татарстан создается сеть технопарков по 2 основным направлениям: коммерциализация научных разработок и инновационное развитие индустриального производства.

На данный момент в Республики Татарстан функционируют такие виды инновационной инфраструктуры, как: Особая Экономическая Зона «Алабугу», 5 технопарков, 3 технологических парков, 2 индустриальных парка, технополис «Химград» и 7 бизнес инкубаторов. Каждый из этих видов инновационной инфраструктуры имеет свои особенности и региональную специфику, которую необходимо рассмотреть более подробнее.

Особая экономическая зона – ограниченная территория с особым юридическим статусом по отношению к остальной территории и льготными экономическими условиями для национальных и/или иностранных предпринимателей.

Главная цель создания таких зон – решение стратегических задач развития государства в целом или отдельной территории: внешнеторговых, общеэкономических, социальных, региональных и научно-технических задач.

Особая экономическая зона (ОЭЗ) «Алабуга» крупнейшая в Российской Федерации, суммарная стоимость реализуемых проектов компаниями резидентами составляет более 3 миллиардов долларов. На данный период в особой экономической зоне «Алабуга» зарегистрировано 36 компаний резидентов, функционирует шесть заводов по производству продукции. ОЭЗ «Алабуга» представлена такими известными мировыми брендами как Preiss-Daimler, 3M, Armstrong, Air Liquide, Saint-Gobain, RRDDonnelley, Ford, Rockwool и другими не менее известными компаниями. ОЭЗ «Алабуга» расположена на территории, составляющей 2000 гектаров, которая обеспечена всей необходимой транспортной, инженерной и социальной инфраструктурой. На текущий момент в ОЭЗ работают примерно 3000 человек.

Управляющая компания особой экономической зоной оказывает помощь резидентам на любом этапе реализации проекта, а также оказывает следующий перечень услуг, таких как:

1. Эксплуатационные (электроснабжение, водоснабжение, теплоснабжение, вывоз мусора, настройка и обслуживание компьютеров и оргтехники и др.).

2. Административно-хозяйственные (аренда офисных помещений, содержание и уборка арендуемых помещений, обеспечение надлежащего состояния внешнего фасада здания).

3. Логистические (погрузочно-разгрузочные работы, Погрузка/разгрузка груза козловым краном, Хранение контейнера на контейнерной площадке).

4. Строительные (технадзор при строительстве и вводе объекта в эксплуатацию, геодезия, функции технического заказчика)[3] .

Таким образом ОЭЗ «Алабуга» оказывает содействие в развитии экономики Республики Татарстан и Российской Федерации, путем создания подходящих условий для международных и российских компаний при реализации инвестиционных проектов в области промышленного производства.

Технополис – это одна из форм свободных экономических зон на базе интеграции высокоразвитого производства, науки и образования. Технополисам предоставляются различные льготы, что вместе с развитой инфраструктурой обеспечивает эффективную разработку и внедрение передовых технологий. [4]

Технополис «Химград» – это современный индустриальный комплекс, предназначенный для размещения на его территории малых и средних компаний в сфере химии и переработке полимерной продукции. Задачами технополиса являются:

- ✓ создание условий для развития малых и средних компаний нефтехимической отрасли Республики Татарстан;
- ✓ развитие нефтехимического кластера Республики Татарстан;
- ✓ развитие высокотехнологичных предприятий нефтехимической отрасли;

✓ тесное взаимодействие крупных нефтехимических предприятий, вузов и малой нефтехимии;

✓ развитие кадрового потенциала нефтехимической отрасли.

Управляющая компания технополиса «Химград» оказывает широкий спектр услуг, таких как:

- подготовка кадров;
- предоставление участков и зданий с подготовленной для реализации химических проектов инфраструктурой;
- организация электро-, тепло-, газо- и водоснабжения и лизинга необходимого оборудования;
- поиск и внедрение новых технологий;
- продвижение готовой продукции. [5]

Подводя итогу всему выше сказанному можно сказать, что преимуществом технополиса «Химград» является наличие всей необходимой инфраструктуры, которая в максимально короткие сроки и с наименьшими финансовыми затратами позволяет запустить вновь созданное производство или уделить внимание развитию уже работающего производства. На сегодняшний день «Химград» это одна из самых крупных инновационных площадок в Республике Татарстан для размещения высокотехнологичных производств в химической промышленности, nanoиндустрии, переработке полимеров и нефтепромысловой химии.

Технопарк – это специализированная территория, на которой при помощи применения определенных научных знаний из различного рода областей, реализуются соответствующие инновационные решения. На территории Республики Татарстан созданы и функционируют следующие технопарки: ОАО «Инновационно-производственный Технопарк «Идея», ОАО «Инновационно-производственный Технопарк «Идея – Юго–Восток», технопарк в сфере высоких технологий (IT-Парк), ОАО «Инновационно-производственный технопарк «Восток», научно-производственное Некоммерческое Партнерство «Технопарк Прикамья».

Основные характеристики технопарков РТ предложены в таблице 1.

Таблица 1

Анализ действующих технопарков на территории Республики Татарстан *

Название технопарка	Цель создания	Услуги и виды деятельности	Инфраструктура	Количество резидентов
Технопарк «Идея»	Обеспечение компаниям необходимую поддержку на всех стадиях инновационного цикла проекта, содействуя проведению проектных, опытно-конструкторских и научно-исследовательских работ. Технопарк осуществляет взаимодействие между разработчиками, промышленным сектором и инвесторами.	<ul style="list-style-type: none"> - предоставление офисных и производственных помещений; - обеспечение доступа к высокотехнологичному оборудованию нано технологического центра; - обеспечение доступа потенциальных резидентов <p>Технопарка к квалифицированным кадрам;</p> <ul style="list-style-type: none"> - предоставление офисной оргтехники, офисной мебели - контролирование состояния инженерных коммуникаций - информационные услуги (разработка планов, анализ конкурентов, обеспечение доступа к нормативной документации, обеспечение бухгалтерскими и юридическими услугами, и др.) - учебно-методические услуги (снабжение средствами обучения, организация деловой библиотеки, организация семинаров и курсов, и др.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Бизнес инкубатор - Инновационно – технологический центр - Бизнес парк <p>Общая площадь составляет – 29 642 кв.м.</p>	Зарегистрировано 95 компаний – резидентов
Технопарк «Идея- Юго – Восток»	Развитие малого и среднего бизнеса на Юго-востоке Республики Татарстан за счет создания новых, а также реорганизации и возрождения существующих производств, вовлечение свободных площадей, оборудования и квалифицированного персонала.	<p>Бизнес планирование</p> <p>Инвестиционный консалтинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценка рентабельности инвестиционных проектов; - разработка комплекса мер по повышению инвестиционной привлекательности фирмы; - помощь в привлечении инвестиционного капитал. <p>Юридические консультации:</p> <ul style="list-style-type: none"> -консультации по правовым вопросам - составление договор и оформление сделок <p>Услуги по организации логистики на предприятии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - внедрение логистического процесса на складе; - организация работы службы логистики; <ul style="list-style-type: none"> - построение системы управления материальными запасами. <p>Кадровый консалтинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> - постановка кадрового учета и документооборота; - оценка состояния кадрового учета и кадровых документов; - восстановление кадровых документов. <p>Техническое обслуживание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обслуживание электросетей; - обслуживание тепловых сетей - водоснабжение и канализация. 	<p>Производственные и складские помещения, офисная недвижимость, конференц-зал, деловые зоны.</p> <p>Общая площадь составляет – 37 993, 90 кв.м.</p>	Зарегистрировано 40 компаний – резидентов.

Технопарк в сфере высоких технологий (IT-парк)	Ускоренное развитие высокотехнологичных отраслей российской экономики за счет концентрации интеллектуальных и финансовых ресурсов	Резидентам бизнес инкубатора предоставляются: - оборудованные рабочие места; - интернет канал - услуги централизованного секретариата; - продвижение товаров; - бухгалтерское и юридическое сопровождение;	Инфраструктура включает в себя 5-ти этажное здание делового центра и 2 прилегающих зданий Бизнес – гостиницы Общая площадь составляет - 30 355, 7 кв.м.	Зарегистрировано 39 компаний – резидентов
Инновационно-производственный технопарк «Восток»	Сохранение позиций ведущего отечественного производителя российских часовых механизмов с автоподзаводом и различными усложнениями, диктуемыми часовой модой, и реализация инвестиционного проекта переоснащения часового производства; развитие производства приборов учета расхода воды, газа, электроэнергии, тепла и приборов их поверки; дальнейшее развитие производства продукции по автомобильной тематике.	Резидентам бизнес инкубатора предоставляются: - оборудованные рабочие места; - интернет канал - услуги централизованного секретариата - бухгалтерское и юридическое сопровождение.	Офисные и производственные помещения. Общая площадь составляет – 30000 кв.м.	Зарегистрировано 70 компаний – резидентов.
Научно-производственное Некоммерческое Партнерство «Технопарк Прикамья»	Содействие наиболее полному использованию научного и интеллектуального потенциала Прикамского региона; обеспечение инновационных проектов предприятий финансовой поддержкой фонда НИОКР	- сервисные/инженерные услуги; - юридические услуги; - охранные услуги; - ИТ-услуги; - консалтинговые услуги; - уборка территории.	Офисные и производственные помещения. Жилье для персонала и резидентов, деловые зоны, столовые и кафе. Общая площадь составляет - 17700 кв.м.	Зарегистрировано 10 компаний-резидентов.

*Разработка автора

Исходя из данных предложенных в таблице 1, сеть технопарков в Республике Татарстан имеют различную целевую направленность, такую как: развитие информационных технологий, создание новых и реорганизация старых предприятий, обеспечение поддержки компаниям на всех стадиях инновационного цикла, обеспечение всей необходимой инфраструктурой и др. Стоит отметить, что территориально технопарки расположены в различных местах по Республики Татарстан, дабы способствовать комплексному инновационному развитию отдельных регионов.

Технологический парк – это юридическое лицо, созданное для более адекватного использования научных и технологических ресурсов для улучшения экономической базы региона. [7]

В Республике Татарстан функционируют 3 технологических парка:

Научно-технологический парк «Центр инновационной деятельности КФУ»

Инновационно-технологический центр ОАО «КНИАТ» (ИТЦ-КНИАТ)

Научно технологический парк КНИТУ им.А.Н.Туполева (КАИ)

Основные направления деятельности технологических парков Республики Татарстан представлены в таблице 2.

Таблица 2

Анализ технологических парков Республики Татарстан

Название технологического парка	Специализация и целевая направленность
Научно-технологический парк «Центр инновационной деятельности КФУ»	<ul style="list-style-type: none">- сертификация продукции;- автоматизация производства;- научно-техническая экспертиза проектов;- проведение технологических работ;- проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских, и геофизических работ по заказам предприятия.
Инновационно-технологический центр ОАО «КНИАТ» (ИТЦ-КНИАТ)	<ul style="list-style-type: none">- содействие в реализации инновационных проектов;- содействие малым инновационным предприятиям в кооперации и трансфере технологий (RTTN, Gate2RuBIN);- консалтинг и подготовки к сертификации малых предприятий на соответствие международным стандартам ИСО 9001;- предоставление услуг по обслуживанию помещений, пользование инфраструктурой института;- развитие инновационного бизнес – инкубатора;- предоставление производственных площадей малым предприятиям на условиях аренды.
Научно-технологический парк КНИТУ им.А.Н.Туполева (КАИ)	<ul style="list-style-type: none">- трансфер и коммерциализация результатов научно технической деятельности университета;- освоение инновационных проектов и создание экспортной продукции;- стимулирование инновационной деятельности и укрепление на этой основе малого наукоемкого сектора экономики региона;- формирование сферы услуг и продвижения созданного товара и новых фирм на отечественный и зарубежный рынок;- инкубация новых фирм и поддержка новых идей. [8]

Технологические парки Республики Татарстан выступают площадкой, которая обладает всей необходимой инфраструктурой для поддержки новых идей и их дальнейшей коммерциализаций. Они стимулируют развитие инновационной деятельности в регионе, оказывают содействие в проведение научно-исследовательских и технологических работ, а также занимаются

продвижением новых товаров и фирм на российском и зарубежных рынках. Таким образом, технологические парки выступают мощным двигателем в развитии инновационной деятельности в РТ.

Бизнес инкубатор – это структура, которая специализируется на создании подходящих условий для появления и эффективного функционирования малых инновационных предприятий, реализующих необычные научно-технические идеи. Основной задачей бизнес инкубаторов является предоставление на льготных условиях всех необходимых услуг и инфраструктуры для компаний резидентов. [9, стр. 22]

В Республике Татарстан действуют 7 бизнес инкубаторов, характеристики которых более подробно представлены в таблице 3.

Таблица 3

Характеристики бизнес инкубаторов Республики Татарстан

Название	Место расположения	Направления Деятельности	Рези- денты	Площадь
Бизнес инкубатор «Свияга»	г. Казань	Деятельность инкубатора направлена на поддержку субъектов малого предпринимательства, путем создания и развития инфраструктуры. Инкубатор оснащен всей необходимой техникой и мебелью, предпринимателем не придется заниматься их приобретением.	40	7 364,3 кв.м.
Государственное автономное учреждение «Поволжский бизнес-инкубатор легкой промышленности»	г. Казань	Поддержка малых инновационных и производственных предприятий легкой промышленности.	5	
Бизнес инкубатор г. Набережные Челны	Г. Набережные Челны	Предоставление на льготных условиях услуг субъектам малого предпринимательства, которые включают в себя обеспечение предприятий площадями, оборудованными оргтехникой, мебелью, компьютерами и т.д. Объединение в едином комплексе всех консалтинговых услуг.	34	2725,2 кв.м.
Бизнес-инкубатор КГТУ им. А.Н. Туполева (КАИ)	Г. Казань	Коммерциализация и трансфер результатов научно – технической деятельности университета. Стимулирование инновационной деятельности и укрепление на этой основе малого наукоемкого сектора экономики. Воспитание философии и культуры научно – технического предпринимательства.		1460 кв.м.

Государственное автономное учреждение «Бизнес-инкубатор г. Елабуги»	г. Елабуга	Регулирование и содействие эффективному ведению экономической деятельности, деятельность в области региональной, национальной и молодежной политики	13	991 кв.м
Бизнес инкубатор г.Чистополь	Г. Чистополь	Поддержка инновационных предприятий малого бизнеса, созданных с целью получения конкурентоспособной продукции.	18	1019,2 кв.м.
Муниципальный бизнес-инкубатор г. Альметьевска «Импульс»	Г. Альметьевск	Предоставление на льготных условиях услуг субъектам малого предпринимательства, которые включают в себя обеспечение предприятий площадями, оборудованными оргтехникой, мебелью, компьютерами и т.д. Обеспечение прямых коммуникаций между малым бизнесом и организациями гос. и муниципальной власти. [8]	15	1643,70 кв. м

Одной из важнейшей задачей бизнес инкубатора является предоставление льготной аренды помещений. Такая система предусматривает следующие льготы :

- в первый год аренды – 40 % от рыночной ставки арендной платы.
- во второй год аренды – 60 % от рыночной ставки арендной платы.
- в третий год – 100 % от рыночной ставки арендной платы.
- срок аренды – 3 года. [5]

Проведенный анализ дает основания для следующих выводов и обобщений.

На территории Республике Татарстан разместилось большое количество объектов инновационной инфраструктуры, но самыми распространенными являются технопарки и бизнес инкубаторы. Технопарк в сфере высоких технологий (ИТ – парк) на протяжении нескольких лет становится одним из лучших не только в Республике Татарстан, но и в Российской Федерации. Таким образом, развитие сети технопарков и бизнес инкубаторов в РТ является первостепенной задачей правительства, так как они дают стимул развитию именно малого инновационного предпринимательства, путем предоставления всей необходимой инфраструктуры на льготных условиях на максимально

длительные сроки. Развитие малого предпринимательства в Российской Федерации – одна из стратегических целей, поэтому в РТ получили развитие именно такие виды инновационной инфраструктуры, число которых из года в год только увеличивается, что в свою очередь оказывает положительное воздействие на экономическое развитие региона.

Литература

1. Федеральный закон РФ «Об Инновационной деятельности и государственной инновационной политики» от 16 июня 1999 года [электронный ресурс] // Режим доступа: <http://bestpravo.ru/rossijskoje/di-gosudarstvo/q7g.htm> (29.10.2013)

2. Статья «Особые экономические зоны» [электронный ресурс] // Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> (28.10.2013)

3. Информация с официального сайта ОЭЗ «Алабуга [электронный ресурс] // Режим доступа: <http://alabuga.ru> (30.10.2013)

4. Статья «Что такое технополис?» [электронный ресурс] // Режим доступа: http://http://www.himgrad.ru/technopolis/what_is/ (29.10.2013)

5. Информация с официального сайта технополиса «Химград» [электронный ресурс] // Режим доступа: <http://himgrad.ru> (30.10.2013)

6. Статья «Создание, развитие и функционирование технопарка» [электронный ресурс] // Режим доступа: http://otherreferats.allbest.ru/economy/00169576_0.html (30.10.2013)

7. Статья «Роль технопарков и инновационных технологий в повышении эффективности инвестиций» [электронный ресурс] // Режим доступа: http://knowledge.allbest.ru/economy/2c0b65625b3bd68b4c53b88521306c26_0.html (30.10.2013)

8. Статья «Индустриальные и инвестиционные площадки Республики Татарстан» [электронный ресурс] // Режим доступа: <http://invest.tatar.ru/investarea/> (30.10.2013)

9. Вертакова Ю.В., Симоненко Е.С., «Управления инновациями: теория и практика»: Учебн.пособие – М.: Эксмо, 2012. – 22 с.

Инновационные технологии в Республики Татарстан

Ю.Г. Огородникова

к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Е.А. Смолева

(студентка НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ», г. Казань)

Инновации стали промышленной религией 20 века. Для бизнесмена они являются основным средством повышения прибылей, ключом к новым рынкам сбыта. Правительства делают ставку на инновации, когда пытаются преодолеть экономический кризис. Приоритеты инновационного развития давно заменили популярную в послевоенные годы концепцию "благополучной экономики". По словам профессора Кембриджского университета Грегори Дейнса, инновации стали новой религией, объединившей левых и правых политиков.

Однако до сих пор так и не было сформулировано четкое определение инновации, не было придумано единой системы оценки инноваций. Обычно под инновацией понимают создание новой улучшенной продукции или производственного процесса. С другой стороны инновацией является и использование более дешевого сырья для производства уже известного товара, изменение маркетинговой политики, выход на новые рынки или новый уровень сервиса.

В октябре 2009 г. Республика Татарстан завершила строительство технопарка в сфере высоких технологий «ИТ-парк». ИТ-парк стал первым в Российской Федерации технопарком, занимающимся разработками и развитием компаний в сфере информационных технологий. Комплекс «ИТ-парк» построен в рамках Государственной программы «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий», реализуемой Министерством связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. [1, с. 31]

Здание спроектировано по принципу интеллектуального здания с современной технической инфраструктурой, представляет уникальную бизнес-платформу для развития информационных и коммуникационных технологий в Республике Татарстан.

ИТ-парк расположен в самом центре деловой части столицы Республики Татарстан. Современный дизайн интерьеров, сервисная служба и широкий спектр телекоммуникационных услуг – все это позволяет обеспечить условия для продуктивной работы и развития комплекса «ИТ-парк». Общая площадь комплекса «ИТ-парк» составляет примерно 32 000 кв.м и включает в себя 5-этажное здание Делового центра с офисами свободной планировки, а также два прилегающих 2-х этажных здания. Комплекс «ИТ-парк» создан обеспечивать максимально благоприятные условия для стартапов и развивающихся ИТ-компаний. На этапах проектирования, создания и вывода нового высокотехнологичного продукта на рынок, компаниям-резидентам предоставляются все необходимые для эффективных ИТ-разработок ресурсы: современные технологии, услуги и оборудование, научная и ресурсная база.

Технопарк в сфере высоких технологий ИТ-парк (г. Набережные Челны) – это вторая площадка Казанского ИТ-парка. Это 12 тыс. кв.м. офисных площадей и все условия для ускоренного роста компаний в сфере высоких технологий за счет концентрации финансовых и интеллектуальных ресурсов. Цели технопарка:

- сконцентрировать в одном месте и сформировать благоприятные условия для работы лучших отечественных ИТ-компаний;
- стимулировать развитие российских информационных технологий в области машиностроения, нефтехимии и других отраслей;
- обеспечить предприятия вычислительными ресурсами нового поколения;
- уменьшить сроки разработки и вывода новых продуктов на рынок.

В последние годы правительство Татарстана прилагает значительные усилия в целях развития региональной инновационной системы. Были созданы учреждения по оказанию поддержки инновациям, в том числе система технологических парков, особенно технопарк «Идея», который, судя по всему, движется в правильном направлении, а также так называемый Инновационно-венчурный фонд (ИВФ). В поддержку проектов в сфере НИОКР и инноваций была сформирована система конкурсов, и определенные виды поддержки оказываются для МСП. В ряде региональных документов по вопросам политики и стратегии ставятся весьма высокие цели, отражающие стремление государства превратить Татарстан в экономику знаний. [3]

Тем не менее, эффективность текущей политики сдерживается ограниченной координацией и ограниченным участием заинтересованных сторон. Поэтому маловероятно, что программные документы адекватно отражают существующую и потенциальную будущую ситуацию в регионе. В результате государственные и частные заинтересованные стороны реально не чувствуют ответственности за эту политику. Так, в стратегии развития научной и инновационной деятельности поставлена задача утроения региональных инвестиций в НИОКР в течение двух лет и пятикратного их увеличения в течение семи лет до 3% от валового регионального продукта, который должен быть обеспечен к 2015 году. Такие высокие темпы роста никогда не достигались в быстроразвивающихся экономиках, и, кроме того, 3% от объема ВРП – это редкое исключение в глобальных масштабах.

В регионе не проводится мониторинг инновационной деятельности, либо существующие формы мониторинга недостаточны для эффективного претворения в жизнь инновационной политики и изучения общественного мнения об этой политике (не говоря уже о том, что все еще не проводится эффективный сбор данных). Правительство использует лишь несколько показателей инновационной активности, и при этом отсутствует система надежной обработки и анализа данных.

Последние годы Правительство Татарстана уделяло значительное внимание развитию региональной инновационной системы. Был создан ряд учреждений, оказывающих поддержку инновационной деятельности; в первую очередь это система технологических парков и Инвестиционно-венчурный фонд. Также была создана система по организации и проведению конкурсов в поддержку научно-исследовательских и инновационных проектов, и определенные формы поддержки стали оказываться малым и средним предприятиям. [2,с.182]

Однако для того, чтобы разные составляющие региональной инновационной системы создавали добавленную стоимость, ожидаемую от реализации данной политики, Правительству Республики все еще предстоит уделить много внимания и направить много усилий и финансовых ресурсов на решение этих задач. Международный опыт показывает, что обеспечение взаимосвязей в рамках региональной инновационной системы является залогом успеха.

С каждым годом сфера инновационных технологий в Республике Татарстан развивается все в большем объеме, что хорошо складывается на Республике в целом. Республика Татарстан стремится к развитию инновационных технологий очень быстро. Так как эта сторона еще не исследована до конца, Татарстан решил одним из первых взять эту сферу в свои руки.

Литература

1. Ильясов М. Экономика – правовые аспекты предпринимательства в инновационной сфере / М. Ильясов // Хозяйство и право. - 2010. - №2. - С. 31.
2. Лобачева Е.Н. Научно технический прогресс: учебное пособие / Е.Н. Лобачева.- М.: Экзамен, 2004. - 192с.
3. Электронный ресурс // <http://itpark-kazan.ru/>

Истоки правового регулирования деятельности профсоюзов в России

В.Н. Печников

к.ю.н., доцент кафедры социально-трудовых отношений

и основ профсоюзного движения

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

В статье, написанной с использованием ранее не публиковавшихся архивных материалов, рассматривается правовая политика царского правительства в отношении деятельности общественных организаций, в том числе профессиональных союзов, в России в начале XX века, анализируется соответствующая законопроектная работа. Речь идет об истоках формирования отечественной нормативной базы легализация организаций трудящихся. Эти материалы позволяют сформулировать определенные выводы о сущности, характере, целях правительственной политики в данной области.

В российском законодательстве начала XX в. до издания Манифеста 17 октября 1905 года не содержалось положений, которые закрепляли бы элементарные гражданские права и свободы для широкого круга подданных. Напротив, в распоряжении правительства имелся мощный арсенал государственно-правовых актов, направленных на пресечение любого проявления общественной самостоятельности трудящихся. Так, в Своде уставов о предупреждении и пресечении преступлений в двух разделах – главах второй и четвертой – говорилось о категорическом запрете собраний и объединений (союзов) трудящихся, они определялись, соответственно, как «запрещенные сходбища» и «незаконные и тайные общества».

В соответствии со ст.111 гл.IV пресекались «сходбища и собрания, противные общей тишине и спокойствию». Статья 113 предусматривала использование войсковых и жандармских подразделений для разгона «народа, собравшегося в шумном и беспокойном скопище». Ст.118 гл.V запрещала «всякие незаконные сообщества под опасением суда и ответственности по всей

строгости закона». Нарушителей указанных положений ожидали крутые административные репрессии: арест, ссылка, отдача под надзор полиции [1]. Суровые кары участникам «незаконных» союзов и собраний предусматривались также Уложением о наказаниях уголовных и исправительных 1845 г. [2]. Уголовное Уложение, принятое царским правительством в канун революции, 22 марта 1903 г., установило еще более жесткие санкции против членов организаций трудящихся, а также за проведение неразрешенных собраний. Новый кодекс, отмечал советский исследователь В.А.Балыбин, приспособлял систему российского законодательства к условиям буржуазного развития страны [3]. 17 октября 1905 года был принят «Высочайший Манифест об усовершенствовании государственного порядка» - законодательный акт, разработанный Верховной властью Российской Империи с целью положить конец беспорядкам и забастовкам в стране [4]. Этот акт подготовлен по указанию императора в кратчайшие сроки и стал ответной реакцией на непрекращающиеся с начала октября забастовки, проходящие по всей стране. Автором Манифеста был видный политический деятель С.Ю.Витте. Основная суть и цель акта 17 октября 1905 года – дать бастовавшим рабочим частичные гражданские права и выполнить ряд их требований с целью прекращения восстания, это была вынужденная мера. Царский Манифест, в числе прочего, даровал свободу слова, свободу собраний и создания союзов и общественных организаций. Изменения, внесенные Манифестом в основные законы Российской Империи, фактически стали началом первой российской конституции, привели к стремительному росту различных организаций и союзов по всей стране.

С весны 1905 г. явочным порядком начали создаваться первые в истории России рабочие профессиональные организации. В марте-апреле 1905 г. образовались профсоюзы металлистов и печатников в Петербурге. Вскоре возникли профессиональные союзы рабочих в Москве, Киеве, Нижнем Новгороде, Одессе, Харькове и других городах [5].

Принимая во внимание сложившуюся сложную ситуацию в стране, Правительством началась работа, направленная на умиротворение трудящихся. Характерным примером акций такого рода может служить деятельность «Комиссии по упорядочению быта и положения рабочих в промышленных предприятиях Империи», учрежденной царем 20 февраля 1905 г. под председательством министра финансов В.Н.Коковцова. В числе других вопросов (о возможных изменениях в законодательстве о стачках и забастовках, о сокращении рабочего дня и т.д.) в задачу Комиссии входило обсуждение проекта закона о рабочих организациях. Нельзя не отметить, что в Комиссию не были включены представители рабочих, что, объяснялось «неподготовленностью рабочих к соображению сложных законопроектов» [6].

С началом революции 1905 г. в центральные правительственные учреждения стали поступать «записки» от видных отечественных представителей деловых кругов, содержащие предложения провести в стране умеренные реформы, чтобы «умиротворить» рабочих. Проводилась мысль, что условиях «революционной смуты» целесообразнее было бы «сверху» разрешить создание ограниченных законом рабочих организаций. С подобными заявлениями выступили, в частности, 55 крупнейших фабрикантов, в том числе С.Глезмер, Ю.Гужон, Г.Крестовников, Э.Нобель, П.Рябушинский., Петербургское «Общество для содействия улучшению и развитию фабрично-заводской промышленности», группа шахтовладельцев [7]. Такого же мнения придерживался и сам В.Н.Коковцов, тесно с связанный с крупным капиталом [8].

Подготовка законопроектов для комиссии Коковцова возлагалась на Отдел промышленности министерства финансов. В частности, разработка предложений по закону о рабочих организациях поручалась делопроизводителю Главного присутствия по фабричным делам этого министерства Ф.В.Фомину [9]. Работа над проектом, получившим название «Основные положения об организации лиц, занятых в промышленных предприятиях», была закончена 3 июня 1905 г., и он был опубликован 5 июня в «Торгово-промышленной газете». Обсуждение представленных предложений

сначала было отложено до середины июня. Однако в связи с прекращением деятельности комиссии Коковцова документ положен в архив [10].

Проект Ф.В.Фомина предусматривал возможность создания в ограниченных пределах – на предприятиях обрабатывающей и горной промышленности – двух видов организаций: рабочих товариществ и профессиональных обществ и союзов [11].

К компетенции рабочих товариществ отнесен строго очерченный круг вопросов. Целью их деятельности, согласно ст.2 разд.1 Проекта, являлось лишь обсуждение условий договора найма, бытовых вопросов и защита интересов своих членов (способы этой «защиты» в проекте не указывались). Товарищества разрешалось создавать только в рамках одного предприятия, они могли подразделяться на отделы число членов в них не должно было превышать ста рабочих. Проектом предусматривалось создание распорядительных органов товариществ в лице единоличных представителей отделов. Последние избирались прямым тайным голосованием из числа лиц, достигших 25 лет.

При наличии на предприятии нескольких отделов товариществ их представители могли создавать рабочие комитеты. Функции указанных органов ограничивались посредничеством в отношениях между рабочими и администрацией (владельцами) предприятий[12]. Администрация предприятия, согласно ст.15 Проекта, могла «испросить мнение» рабочего комитета или представителей отделов о предполагавшихся изменениях в правилах внутреннего распорядка и в условиях трудового найма. Но эта норма носила чисто декларативный характер, поскольку решения товариществ и их органов не являлись обязательными для администрации. То же самое можно сказать и о ст.13 Проекта, которая формально предоставляла рабочим комитетам право давать свои заключения на распоряжения «учреждений и лиц, коим вверен надзор за порядком и благоустройством», соответствующего промышленного «заведения».

Относительно либеральными явилась юридическая основа раздела II Проекта. Здесь говорилось о возможности образования профессиональных

обществ лицами, выполняющими «одинаковые, однородные или и меющие между собой связь» работы». Существенной уступкой рабочим стало предоставление профессиональным организациям права участвовать в согласовании с администрацией «нормальных условий труда» и выработке «нормальных такс», оказание содействия своим членам в «приискании работы» (ст.3, п. «ж»). Разрешалось создание библиотек, школ, курсов, касс взаимопомощи. В задачу обществ могло входить также оказание юридической помощи их членам (пп. «д», «з» ст.3). Интересно, что проект не только объявлял законными «мирные» экономические стачки и указывал о неказуемости их участников, но и предусматривал возможность (п. «в» ст.3) выдачи пособий рабочим при стачках, а также пособий по безработице. Профессиональным организациям предоставлялся статус юридических лиц (ст.ст.5 и 6). Для руководства делами общества на его общем собрании избирался руководящий орган – правление (ст.7). Правомочия общего собрания могли предоставляться собранию уполномоченных отделов предприятия (ст.ст.8 и 9) [13].

Проектом предусматривались довольно четкие условия закрытия профессиональных организаций. Согоасно ст.19, они могли закрываться в двух случаях: а)по постановлению общего собрания общества; б)пог решению суда, если было доказано, что деятельность общества преследует цели, не разрешенные законом. Нельзя не отметить, что в данном проекте отсутствовали нормы, утанавливавшие ответственность за нарушение проектируемого закона. Принципиально важным являлось положение о возможности профессиональных обществ в союзы (ст.10). [14].

В литературе справедливо отмечено, что либеральность положений рассматриваемого проекта была обусловлена революционным подъемом, и правительство вынуждено было делать поределенные уступки рабочим. При составлении документа были даже частично использованы уставы созданных явочным порядком Петербургских профсоюзов (столяров, портных и т.д.). [15.].

В нормативном акте, изданном позже, в условиях спада революционного движения, 4 марта 1906 г., – «Временных правилах об обществах и союзах» – [16] – содержались иные, уже более жесткие требования к созданию и деятельности профессиональных организаций трудящихся.

Литература

1. Свод законов Российской империи, т.XIV
2. Там же, т.XV
3. Балыбин В.А. Уголовное Уложение Российской империи 1903 г. Автореферат дис. канд. юрид. наук. Л., 1982., С.3
4. Полное собрание законов Российской империи – в дальнейшем – П.С.З. – Собр.3-е, т.XXV, Отд.1, № 26803
5. История профсоюзов СССР. Изд.2-е. ч.1 /1905 – 1937 гг./. М., Профиздат, 1977, С.19 - 20
6. ЦГИА СПб., ф.560, оп.26, 1905 г., д.531, лл.8, 106
7. ЦГИА СПб., ф.150, оп.1, 1905 г., д.488, лл.75, 111-112
8. ЦГИА СПб, ф.150, оп.1, 1905 г., д.488, л.22
9. Святловский В. Профсоюзное движение в России . – СПб, 1907. – С.345
10. Рабочий вопрос в комиссии В.Н.Коковцова в 1905 г. – М., 1926., - С.133
11. ЦГИА СПб, ф.560, оп.26, д.531, л.100-101
12. ЦГИА СПб., ф.560, оп.26, д.531, л.100 – 102
13. ЦГИА СПб., ф.560, оп.26, д.531, л.101об. -102
14. ЦГИА СПб, ф.560, оп.26, д.531, Л.102 -102 об.
- 15.Ильиных И. К истории закона 4 марта 1906 г. о профсоюзах //Вопросы профдвижения, 1936, № 7/73, С.42
16. П.С.З., Собр.3-е, т.XXV, отд.І, № 24479

Нуждается ли в дальнейшей коррекции Трудовой кодекс

В.Н. Печников

к.ю.н., доцент кафедры социально-трудовых отношений

и основ профсоюзного движения

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Действующий ныне Трудовой кодекс Российской Федерации – основной отраслевой кодифицированный акт - был принят, как известно, 30 декабря 2001 г., то есть почти пятнадцать лет назад. За этот достаточно большой временной срок в стране произошли значительные изменения, затронувшие экономическую сферу, социально-трудовые отношения, что не могло не отразиться на содержании нормативного материала Кодекса. За годы, прошедшие со дня принятия, издано около девяносто федеральных законодательных актов, так или иначе изменяющих и дополняющих данный отраслевой трудовправовой акт.

Достаточно указать на такие важные коррективы ТК, как урегулирование труда дистанционных работников (глава 49-1), новые дефиниции трудового правоотношения с учетом решения вопроса о заемном труде (ч.2 ст.15.) Введено определение заёмного труда – это труд, осуществляемый работником по распоряжению работодателя в интересах, под управлением и контролем физического или юридического лица, не являющегося работодателем данного работника.

Весьма позитивным следует считать появление в ТК новой для отечественной правовой системы правовой категории - Специальной оценки условий труда (СОУТ) – комплекса мероприятий по выявлению потенциально-вредных (опасных) факторов производственной среды и трудового процесса и оценке их уровня при воздействии на организм работника с учетом отклонения их фактических значений. Эта новация введена в Трудовой кодекс в соответствии с Федеральным законом от 28 декабря 2013 г. № 426.

До последнего времени в российском законодательстве не было четких процедур, обязывающих работодателя (в том числе под контролем работника) с помощью специализированных организаций проводить оценку условий труда работников на рабочем месте. Вышеуказанное обстоятельство ставило в невыгодное положение работников, а также, в какой-то степени, экономило денежные средства работодателей на обустройство рабочих мест.

Целями СОУТ являются, в частности, выявление и идентификация опасностей, оценка условий труда на рабочих местах требованиям охраны труда. Предусмотрены четыре категории (класса) рабочих мест: оптимальный, допустимый, вредный, опасный. От уровня класса условий труда будут зависеть компенсации работникам за условия труда, отклоняющиеся от нормальных. В Трудовом кодексе, соответственно, изменены и дополнены отдельные положения (статьи 57, 92, 117, 147, 209, 212). Все названные меры направлены на реальное обеспечение конституционного права работников в сфере охраны труда.

Не менее весомыми являются новые законодательные решения вопроса о механизме признания гражданско-правовых отношений, возникающих в сфере несамостоятельного, наемного труда, трудовыми правоотношениями (ст. 16, 19-1).

Все упомянутые новации ТК являются, бесспорно, социально-значимыми, социально ориентированными. Профессор Е.Б.Хохлов констатирует тот факт, что если КЗОТ 1971 г. содержал массив императивных норм, то в ТК эти нормы заменены на диспозитивные и дозволительные, что соответствует реалиям рыночной экономики. Однако это отнюдь не означает возможность (и желательность) дальнейшего совершенствования нормативной основы Кодекса. Эта работа, как представляется, должна идти по нескольким направлениям.

Критике стороны видных представителей отечественной науки, в частности, подвергается концепция действующего ТК, его парадигмы. Так. М.В.Лушникова считает, что Кодекс не рассчитан на современные приоритеты труда. ТК (как отмечает автор), также как предшествующий

кодифицированный акт (КЗОТ), сориентирован на «промышленную форму организации труда», тогда как в экономически-развитых странах акценты сейчас смещаются в сферу личностных компонентов.

Трудовое право возникло как социальное явление, и длительное время определялось как «право охраны труда». Но в середине XX в. возникла научная концепция, согласно которой основное внимание должно уделяться социальной защите не всех работников («оптом»), или отдельных групп работников, а правовой защите отдельного, конкретного работника. В основе этого направления лежат научные конструкции в сфере «Социальной антропологии». Идеи обеспечения прав конкретной личности, конкретного работника, т.е. индивидуализации правовой защиты, положена в основу международных стандартов труда (ООН, МОТ, ЕС). Международные стандарты получают приоритет над национальным правом.

Таким образом, на стыке национального и международного нормативного материала сложился самостоятельный институт Общей части трудового права – защита основных трудовых прав и свобод конкретной личности, конкретного работника. Конкретной новацией является, к примеру, содержащаяся в законодательстве экономически-развитых стран норма, обязывающая работодателей регулярно представлять в специальный уполномоченный государственный надзорный орган декларацию (отчет) о взаимоотношениях с работниками по вопросам оплаты труда, соблюдению режимов рабочего времени и отдыха и т.д. Непредставление такого юридически обязывающего документа, включение в него ложных сведений влечет уголовную ответственность владельцев фирм или руководителей (менеджеров).

Признавая обоснованными доводы М.В.Лушниковой, представляется необходимым переориентация отечественного Трудового кодекса в соответствии с парадигмами современной правовой модели, включив в него соответствующие положения, такие например, как упомянуто выше.

Думается, нуждается в переосмыслении положения ТК о субъектах трудового права. Анализ соответствующих норм кодекса позволяет говорить

о двух группах субъектов – основных (работник и работодатель) и вспомогательных (профсоюзы, государство). Из данной конструкции выпадает еще одна категория, выражающая коллективные интересы трудящихся. Как известно, КЗОТ 1971 г. включал в качестве субъекта трудовой коллектив, но в действующей модели такая правовая личность не предусмотрена, заменена абстрактным понятием «работники организации». Такое положение подвергается критике со стороны многих отечественных ученых. В имеющихся по этому вопросу публикациях отмечается, что общественные отношения с участием трудового коллектива базируются на принципах коллективизма, которые остаются традиционной ценностью россиян. Кроме того, коллектив работников отдельных профессий, как субъект трудового права, упоминается во многих документах (конвенциях и рекомендациях) МОТ.

В правовой системе многих экономически-развитых странах, в частности, в ФРГ, предусмотрено создание в организациях производственного совета – коллективного выборного органа работников с широкими полномочиями в решении кадровых вопросов, вопросов рабочего времени и времени отдыха, оплаты труда. Возможность формирования такого органа ныне предусмотрено и в ТК РФ (ч. 1 ст. 22 ТК в редакции ФЗ № 95 от 7 мая 2013 г.). Однако закрепленный этой нормой объем полномочий Совета, по сравнению с прерогативами аналогичного органа, например, в ФРГ, представляются нечетким, размытым. Рецепция четко сконструированных зарубежных правовых норм в данном вопросе была бы вполне уместной.

Нуждается в уточнении положение, закрепленное ч.4 ст. 63 ТК, предусматривающее возможность возникновения трудовых отношений в сфере искусства при выполнении специфических функций лицами, не достигшими возраста четырнадцати лет. Внешней формой такого правоотношения является, как сказано в статье, трудовой договор, подписываемый, от имени ребенка (как бы за него) одним из родителей или опекуном. Однако такая правовая конструкция прямо противоречит положениям ст.ст.15 и 56 ТК, где четко указано, что сторонами трудового правоотношения являются работник и

работодатель. Между тем, родитель (опекун) работающего ребенка под определение «работник» не подпадает.

Остается надеется, что в ближайшее время законодатель урегулирует указанные в настоящей публикации и другие вопросы, касающиеся значительной части трудящихся, что, безусловно, согласуется с перспективными интересами российского государства.

Особенности банкротства граждан

Л.А. Тихомирова

к.ю.н., заведующий кафедрой гражданского права

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Е.В. Полякова,

(студентка Казанского филиала ОУП ВО «АТиСО»)

С 01.10.2015 года дела о банкротстве граждан рассматриваются арбитражными судами на основании Федерального закон от 29.06.2015 N 154-ФЗ "Об урегулировании особенностей несостоятельности (банкротства) на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации".

Основания, порядок и последствия признания судом гражданина несостоятельным (банкротом), очередность удовлетворения требований кредиторов, порядок применения процедур в деле о несостоятельности (банкротстве) гражданина устанавливаются Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве) № 127-ФЗ от 26.10.2002 (далее – Закон о банкротстве)

Закон предполагает, что люди, не способные расплатиться с долгами, смогут объявить себя банкротами. Действие документа распространяется на

любые типы кредитов: потребительские, автомобильные, ипотечные, в том числе на займы в валюте.

Закон необходимый, но сложный, поскольку регулирует очень непростые отношения. И хотя уже опубликованы решения пленума Верховного суда РФ с пояснениями трактовки некоторых неоднозначных положений документа, остается много проблемных зон, в том числе морально-психологического характера.

Например, часть населения отторгает сам термин "банкротство", и потому граждане воспринимают закон как репрессивный механизм, а не как средство судебной защиты должника. Его внедрение будет в большой степени зависеть от арбитражных судов: смогут ли они сразу перестроиться для разбора исков с участием физических лиц.

Желающих подать на банкротство много, а вот тех, кто дойдет до суда, – значительно меньше. Но в любом случае ни заимодавцы, ни коллекторы не должны слишком драматизировать ситуацию, тем более что уровень закредитованности нашего населения по мировым стандартам очень невысокий.

Гражданин вправе подать в суд заявление о признании его банкротом в случае предвидения банкротства при наличии обстоятельств, очевидно свидетельствующих о том, что он не в состоянии исполнить денежные обязательства и (или) обязанность по уплате обязательных платежей в установленный срок, при этом гражданин отвечает признакам неплатежеспособности и (или) признакам недостаточности имущества.

Правом на обращение в арбитражный суд с заявлением о признании гражданина банкротом обладают гражданин, конкурсный кредитор, уполномоченный орган.

Заявление подается в арбитражный суд по месту регистрации гражданина.

Заявление должно соответствовать требованиям Закона о банкротстве, нормам Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Особенности рассмотрения арбитражными судами дел о несостоятельности (банкротстве) установлены главой 28 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

В результате банкротства гражданина списываются не все долги. В соответствии с законом «О несостоятельности (банкротстве)» списанию не подлежат обязательства, возникшие вследствие причинения вреда жизни или здоровью, а также алименты. Кроме того, если будет доказано, что должник при возникновении обязательства совершил мошенничество, злостно уклонился от уплаты задолженности, предоставил заведомо ложные сведения при получении кредита, скрыл имущество, то обязательства останутся и после завершения процедуры банкротства физического лица. пути

Процедуры, применяемые в деле о банкротстве гражданина:

1. Реструктуризация долгов в соответствии с предоставленным планом.
2. Мировое соглашение.
3. Признание должника несостоятельным и введение процедуры реализации его имущества.

Реструктуризация – реабилитационная процедура, направленная на восстановление платежеспособности. Это обязательная процедура, ее реализация зависит от плана реструктуризации, который может предоставить должник или кредитор. План утверждается собранием кредиторов и после судом. Он не может быть рассчитан на срок более трех лет.

Мировое соглашение может быть утверждено только при погашении обязательств перед кредиторами первой и второй очереди.

Банкротство гражданина и реализация его имущества – последняя стадия процедуры признания гражданина несостоятельным. Предполагается, что исчерпаны все возможности решить вопрос иными средствами и единственная возможность удовлетворить требования кредиторов – реализовать имущество должника.

Не может быть обращено взыскание на то, на что не может быть обращено взыскание в исполнительном производстве. В некоторых случаях должник может оставить себе имущество на 10 000 рублей.

В период рассмотрения заявления в отношении должника могут быть введены некоторые ограничения:

- Выезд за пределы территории РФ.
- Ограничение распоряжения денежными средствами на счетах.
- Запрет на осуществление сделок на сумму свыше 50 000 рублей и безвозмездных сделок с недвижимым имуществом.
- Иные ограничения, предусмотренные Законом, касающиеся специальных вопросов.

В деле обязательно должен участвовать финансовый управляющий, оплата труда которого осуществляется за счет инициатора банкротства (должника или кредитора), иные лица, участие которых необходимо для правильного разрешения дела (оценщики, аудиторы).

Что же касается работы судов и в целом то юристы готовы к таким делам, считает Дмитрий Шевченко, партнер юридического бюро «Замоскворечье». Для них в этом вопросе по сути открывается целая индустрия, в которой со временем появятся свои лидеры, произойдет раздел рынка и самый удачный момент захватить позиции на нем это именно сейчас. Но насчет судебной системы дела обстоят несколько иначе, полагает эксперт.

Во-первых арбитражная подсудность – не совсем удачное решение, поскольку нагрузка на такие суды на сегодняшний день и так достаточно высока, а ее увеличение скажется на качестве рассмотрения предпринимательских споров, что может повлечь за собою достаточно губительные последствия, вплоть до того, что вести в стране бизнес станет еще более сложно и менее интересно.

Во-вторых, арбитражное судопроизводство, в отличие от судов общей юрисдикции, хотя процессуально основано на тех же принципах, имеет совершенно другой фактический подход. Арбитражные суды исходя из

принципа состязательности сторон, и достаточно жестко подходят к вопросу представления и оценке доказательств, соблюдения процессуальных правил, совершения или не совершения процессуальных действий, поэтому здесь ждать лояльности в отношении граждан не придется, как это зачастую происходит в судах общей юрисдикции. Кроме того, арбитражным судам, вероятно, придется столкнуться с достаточно низкой юридической квалификацией банкротящихся граждан, которые будут являться участниками процесса, что так же определенным образом способно будет повлиять на функционирование арбитражной системы причем не лучшим образом. Хотелось бы, что бы арбитражная система из-за этого не растеряла все свои преимущества и качества, которые были наработаны за не один десяток лет.

В целом институт банкротства – совершенно необходимый элемент финансового рынка, он в первую очередь важен для защиты прав гражданина. Закон не влечет за собой использование механизмов, которые нанесут вред бизнесу, в том числе и бизнесу взыскателей. Поэтому все участники этого обсуждения не исключают, что в законопроект еще могут внести такие изменения, которые сильно изменят его и саму суть процедуры банкротства физлиц. Но и юрист, и банкир, и арбитражный управляющий сошлись во мнении, что практику применения закона надо развивать одновременно по двум направлениям. Одно: выработка механизма борьбы с мошенниками, желающими злоупотребить правами, предоставленными законом. Другое направление: внедрение способов защиты добросовестных граждан.

Литература

1. Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 № 127-ФЗ

2. Федеральный закон «Об урегулировании особенностей несостоятельности (банкротства) на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

3. Постановление Пленума Верховного суда РФ № 45 от 13.10.2015 года "О некоторых вопросах, связанных с введением в действие процедур, применяемых в делах о несостоятельности (банкротстве) граждан"

4. Приказ Минэкономразвития России от 05.08.2015 № 530 "Об утверждении форм документов, представляемых гражданином при обращении в суд с заявлением о признании его банкротом"

5. <http://www.rg.ru/>

6. <http://www.consultant.ru/>

**Вопросы совершенствования уголовно-процессуального законодательства,
связанного с рассмотрением жалоб в порядке**

ст.125 УПК Российской Федерации

Э.Е. Сафонов

к.ю.н., доцент кафедры уголовного права

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Право на судебное обжалование решений и действий (бездействия) должностных лиц является одной из основных гарантий обеспечения прав и свобод граждан, предусмотренных статьей 46 Конституции Российской Федерации.

В уголовном судопроизводстве выражением этого права являются статьи 19 и 125 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, предусматривающие что в суд могут быть обжалованы решения и действия (бездействие) дознавателя, следователя, руководителя следственного органа и прокурора, которые могут причинить ущерб конституционным правам и свободам участников уголовного судопроизводства или затруднить доступ граждан к правосудию.

В 2013-2015 годах количество решений, принятых судами общей юрисдикции по жалобам заявителей и их представителей на решения, действия (бездействие) должностных лиц органов прокуратуры и следствия

по сравнению с предыдущим трехлетним периодом возросло более чем в два раза. Это свидетельствует о значительном росте поступления в суды таких жалоб и об актуальности обсуждения вопросов, возникающих при их принятии и рассмотрении.

Следует отметить, что право на обжалование решений и действий (бездействия) дознавателя, следователя, руководителя следственного органа и прокурора может быть реализовано заинтересованными лицами в досудебном уголовном судопроизводстве как на стадии предварительного расследования, так и на стадии принятия решения в отношении заявления о совершенном или готовящемся преступлении.

Постановлением Пленума Верховного Суда Российской Федерации №1 от 10 февраля 2009 года «О практике рассмотрения судами жалоб в порядке статьи 125 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации» дано разъяснение, что в случае установления судьей факта направления уголовного дела, по которому поступила жалоба, в суд для рассмотрения по существу либо по делу постановлен приговор или иное окончательное решение, судья принимает к производству и рассматривает лишь жалобы на решения и действия (бездействие) должностных лиц, затрагивающих права и законные интересы заявителей, не являющихся участниками судебного разбирательства по данному уголовному делу.

Кроме этого подлежат рассмотрению жалобы, где ставится вопрос о признании незаконными и необоснованными решений и действий (бездействия), которые, в соответствии с УПК Российской Федерации не могут быть предметом проверки их законности и обоснованности на стадии судебного разбирательства при рассмотрении уголовного дела судом, в том числе в апелляционной или кассационной инстанции.

Согласно статьи 125 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, рассмотрение жалоб на решения и действия (бездействие) дознавателя, следователя, руководителя следственного органа и прокурора отнесено к компетенции районных судов по месту совершения деяния,

содержащего признаки преступления. При этом, если место производства предварительного расследования определено в соответствии со статьей 152 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, жалобы рассматриваются районным судом по месту нахождения органа, в производстве которого находится уголовное дело.

Полномочия по рассмотрению подобных жалоб военными судами закреплены в статье 7 Федерального конституционного закона «О военных судах Российской Федерации» и реализуются в рамках уголовных дел о преступлениях, совершенных гражданами (иностранными гражданами) в период прохождения ими военной службы, военных сборов, а также иных уголовных дел, отнесенных к компетенции военных судов.

Если вышеуказанные нормативные акты о том, какие решения и действия должностных лиц, осуществляющих уголовное преследование, а также правила подсудности вопросов не вызывают, то положения о содержании жалобы и порядке ее принятия к производству законодательно не закреплены.

Статья 125 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации совсем не регламентирует вопрос о требованиях, предъявляемых к содержанию подаваемой жалобы. Указанное обстоятельство приводит к тому, что на практике при решении судьей вопроса о назначении судебного заседания по рассмотрению поступившей жалобы у него из данных перечисленных в этой статье лицах (заявитель и его защитник, законный представитель или представитель, если они участвуют в уголовном деле, иные лица, чьи интересы непосредственно затрагиваются обжалуемым решением или действием (бездействием), с участием которых оно должно проводится. Иногда имеются только фамилия и инициалы обратившегося с жалобой адвоката-защитника и подозреваемого (обвиняемого), а сведения о месте их жительства, о других заинтересованных лицах и их адресах отсутствуют. Указанный недостаток существенно затрудняет действия судьи, связанные с организацией рассмотрения жалобы.

Никак не отражен вопрос о необходимости приложения к жалобе решения должностного лица, которое обжалуется или документов, подтверждающих совершение этим должностным лицом незаконных действий (бездействия). Как правило, в большинстве случаев с жалобой на действия должностных лиц, осуществляющих уголовное преследование, обращается в интересах подозреваемого (обвиняемого) его защитник, который, в связи с отсутствием соответствующей правовой нормы, даже не предпринимает попыток получить у органов предварительного расследования копию необходимого документа и приложить его к жалобе.

Из-за чего судья для разрешения жалобы вынужден заниматься сбором документов по данному вопросу в нарушение принципа состязательности в уголовном процессе.

При этом судье для установления всех обстоятельств по жалобе определен только пятидневный срок. Часто же собрать необходимые для рассмотрения жалобы материалы в указанный срок бывает крайне затруднительно. Например, когда материалы уголовного дела направлены следователем в вышестоящий следственный орган, который находится в другом городе или регионе.

Статья 125 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации не предусматривает возможности возврата жалобы заявителю по приведенным причинам, хотя вышеуказанное постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации предусматривает такую возможность. Однако оно не является правовой нормой. Кроме того, законодательно не урегулированы последствия принятия таких решений, в частности о возможности и порядке его обжалования, возможности вновь обратиться с жалобой в суд после устранения недостатков и другие.

Подобная ситуация складывается и с разъяснениями Пленума Верховного Суда Российской Федерации относительно возможности вынесения судьей постановления об отказе в принятии жалобы к рассмотрению (в тех случаях, когда заявленные требования не подлежат рассмотрению в таком порядке либо

уже имеется решение по заявленным требованиям) и о прекращении производства по жалобе (например в случаях отзыва жалобы на стадии его рассмотрения). Могут иметь место ситуации, когда отзыв жалоб был связан с тем, что они подлежат оспариванию в гражданском процессуальном порядке.

Не определен законодательно вопрос о круге лиц, подлежащих извещению в связи с рассмотрением жалобы.

В статье 125 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации указано, что судебное заседание проводится с участием заявителя, его защитника, законного представителя или представителя, если они участвуют в уголовном деле, иных лиц, чьи интересы непосредственно затрагиваются обжалуемым решением или действием (бездействием), а также с участием прокурора, дознавателя, следователя и руководителя следственного органа.

В то же время имели место случаи, когда суды апелляционной инстанции отменяли постановления судов первой инстанции об отказе в удовлетворении жалоб, поданных адвокатами в интересах подозреваемых и направляли материалы на новое судебное рассмотрение по причине неизвещения потерпевших о рассмотрении жалоб. Закономерно возникает вопрос о том, кто должен определить круг иных лиц, чьи интересы затрагиваются и по каким критериям.

Представляется, что круг лиц, участвующих в рассмотрении жалобы должен быть четко определен в законе и ограничен лицом подавшим жалобу, его представителем, должностным лицом, чьи решения или действие (бездействие) обжалуются и прокурором. При этом должна быть закреплена возможность судьи, для выяснения значимых обстоятельств, привлекать к участию в рассмотрении жалобы иных лиц, если в этом имеется необходимость.

Часть 5 статьи 125 УПК РФ определяет два вида решений, подлежащих вынесению судьей по результатам рассмотрения жалобы: обжалуемые решения или действия (бездействие) могут быть признаны законными и жалоба остается без удовлетворения или же на соответствующих должностных лиц возлагается

обязанность устранить допущенные нарушения. Тем самым решение принимается в зависимости от установленных обстоятельств. Однако при этом законом не установлено – с какого момента судебное решение вступает в законную силу и с какого момента у должностного лица, принявшего (совершившего) признанное судьей незаконным решение или действие, наступает обязанность по устранению допущенных нарушений.

Все вышесказанное свидетельствует о необходимости совершенствования и систематизации уголовного процессуального законодательства, в частности связанного с порядком рассмотрения жалоб на решения и действия (бездействие) должностных лиц правоохранительных органов.

Ненаблюдаемая экономика как приоритетное направление совершенствования экономического анализа

Е.Л. Фесина

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита

(Казанский филиал ОУП ВПО «АТиСО»)

Латентность социально-экономических явлений и процессов характерна для всех стран вне зависимости от уровня их экономического развития и степени демократизации общественной жизни. Экономический анализ латентных явлений и процессов важен как для выработки мер по нейтрализации процесса криминализации общества, так и совершенствованию механизмов функционирования экономики. Задачи изучения латентных процессов сводятся к учёту рассматриваемых сфер деятельности на всех уровнях общественного воспроизводства. В этом случае можно реально оценить конечный результат производственной деятельности в целом по стране и её территориям, экономический рост, тенденции в соотношении легальных и нелегальных сегментов экономической деятельности, изменение институциональной структуры национального хозяйства.

В этой связи особое значение приобретают усилия международной группы экспертов, разработавшей в 2001 г. под эгидой ОЭСР Руководство по измерению ненаблюдаемой экономики [7]. Руководство даёт концептуальную основу для выработки подходов к измерению теневой экономической деятельности, определение теневой экономики, предлагает методы достижения полноты статистических оценок ВВП на всех стадиях его воспроизводства, определяет требования к национальным системам сбора статистических данных и их оценивание. Руководство описывает также стратегию применения методов измерения теневой экономики, которая включает в себя использование различных способов оценки теневого производства, незаконного производства, производства в неформальном секторе и производства продукции домашними хозяйствами для собственного конечного использования.

Для России, в том числе её регионов, проблема отражения деятельности в ненаблюдаемой экономике, является особенно актуальной. Это связано с тем, что в ходе проведения экономических реформ и внедрения рыночных механизмов хозяйствования, осуществлявшихся сначала в условиях глубочайшего кризиса, масштабы теневой и неформальной деятельности, их роль в воспроизводственных процессах резко возросли. Ряд факторов способствовал частичному или полному уходу многих хозяйствующих субъектов «в тень», развитию неформального сектора экономики и одновременно усложнил задачу статистического изучения этих явлений.

Термин «ненаблюдаемая экономика» применяется в отношении определенных сфер экономической деятельности, противопоставляемых регистрируемой официальной экономике. В отечественной профессиональной литературе в последние годы использовалось много терминов в отношении ненаблюдаемой экономики, прежде всего, такие, как теневая экономика, неформальная экономика, подпольная экономика, скрытая экономика, криминальная экономика. Под ненаблюдаемой экономикой следует понимать

сферы производительной деятельности, которые могут быть отнесены к теневой или неформальной экономической деятельности. Рассмотрим основные подходы к определению ненаблюдаемой экономики, наиболее часто встречаемые в специальной литературе [6]. Ненаблюдаемая экономика рассматривается как:

1. запрещённый вид экономической и неэкономической деятельности;
2. скрытое производство;
3. экономическая деятельность, которая по тем или иным причинам не учитывается официальной статистикой или ускользает от налогообложения, но которую необходимо досчитать и включить в ВВП;
4. скрываемая или запрещаемая экономическая деятельность, осуществляемая в границах как официальной, так и неформальной экономики.

На основе первого подхода ненаблюдаемая экономика рассматривается лишь как запрещённая, подпольная деятельность, В этом случае к ненаблюдаемой экономике относят и неэкономические (непроизводительные) виды нелегальной деятельности, такие, как организованная преступность, рэкет, услуги наёмных убийц. Несмотря на то, что эти виды деятельности не связаны с производством продуктов, формированием первичных доходов, активов, они ведут к перераспределению последних и поэтому могут рассматриваться как проблемы экономического характера.

В рамках второго подхода ненаблюдаемая экономика ограничивается лишь скрытым производством. Скрытое производство включает в себя законную экономическую деятельность, которая утаивается хозяйствующими субъектами от государства или преуменьшается с целью ухода от налогообложения и других социальных взносов.

Третий подход дает расширенное толкование ненаблюдаемой экономики. Он отражает все систематически нерегистрируемые статистикой экономические процессы (легальные и нелегальные).

Разработать единый стандарт по чёткому определению ненаблюдаемой экономики для международных сравнений весьма трудно. Не всегда деятельность, являющаяся незаконной с точки зрения законодательства одной страны, является также незаконной с точки зрения мирового сообщества. В качестве примера можно указать торговлю наркотиками определённых видов, которая в ряде стран разрешена законом. Подобное обстоятельство затрудняет сопоставление экономической информации в международном масштабе.

Во многих странах, особенно в тех, которые переживают сложные периоды трансформации, ненаблюдаемая экономика не только составляет заметную часть экономической деятельности, но и продолжает расширяться. Однако даже там, где масштабы этого явления и общий социально-экономический фон примерно одинаковы, ненаблюдаемая экономика существенно различаются по ряду характеристик:

- структуре (доле криминальной деятельности в совокупном объеме производства, развитости фиктивной экономики, активности мелкого подпольного бизнеса, ускользающего из-под финансового контроля государства, но играющего, значительную роль в насыщении рынка);
- воздействию на распределительные отношения (способствует или не способствует уменьшению или нивелированию дифференциации доходов);
- основным проблемам, порождаемым ненаблюдаемой экономикой (недобор средств в бюджет, развитие криминогенных хозяйственных связей).

Ненаблюдаемая экономика в России, коренным образом отличается не только от «западной», но и от «восточноевропейской». Некоторые исследователи ненаблюдаемой экономики объясняют большой размах теневого бизнеса в России исключительно предпосылками, сформированными еще при социализме [2]. Другие – следствием избранной модели переустройства экономики и общества [4].

Экспансия теневых экономических отношений является в первую очередь результатом разрушения прежней государственности, что привело к разрыву традиционных связей между отдельными хозяйствующими субъектами и территориями. Важную роль в криминализации хозяйственной жизни России играет значительное ослабление борьбы с экономическими преступлениями, оправдываемые тезисом о необходимости использования капиталов ненаблюдаемой экономики как ресурсной базы экономических реформ.

Наряду с этим существует целый ряд глубинных факторов роста ненаблюдаемой экономики. В первую очередь это влияние формирующихся на современном этапе механизма аллокации ресурсов и власти; сложившиеся особенности соединения работника со средствами производства; специфика сформировавшихся распределительных отношений. Между тем, корни этой проблемы заложены, прежде всего, в специфике формируемых механизмов аллокации ресурсов и власти, так как механизмы локального корпоративного регулирования в современной социально-экономической и политической реальности не играют решающую роль.

Суть механизма аллокации ресурсов сводится к тому, что отдельные институты экономической системы, используя определенные преимущества своего положения (высокий уровень концентрации производства или капитала) получают возможность сознательно воздействовать на параметры производства поставщиков и потребителей, а также на рынок в целом.

Проявления этого механизма в рыночной экономике хорошо известны [1]. Господство псевдо-государственных и псевдо-частных корпораций приводит к нарастанию диспропорций, в первую очередь, в хозяйственной структуре, динамике цен, финансах. В результате этого национальная экономика превращается в поле неэкономического соперничества корпоративно-бюрократических структур, сферу столкновения их властных и регулирующих воздействий.

Среди наиболее серьезных последствий функционирования корпоративных механизмов аллокации ресурсов можно отметить произошедшую за последние годы дивергенцию страны на сильно и слабо корпоратизированные сектора. В первом из них сконцентрированы предприятия, являющиеся монополистами в технологическом, рыночном и институциональном отношениях, владеющих решающими массами ликвидных ресурсов и наделенных корпоративно-бюрократической властью. В этот сектор входят топливно-энергетический и финансово-торговый комплексы, а также часть промышленности, ориентированной на экспорт. Второй немонополизированный сектор, напротив, испытывает дефицит ресурсов, управления и технологий. Это сфера воспроизводства рабочей силы, производства потребительских товаров и сельское хозяйство.

В настоящее время наблюдается устойчивый перекося в ценах, финансировании, кредитовании в пользу первого сектора. Причиной этого является не только монополизм, обеспечивающий первому сектору значительные преимущества на рынке, но и дисбаланс в распределении корпоративной и государственной власти, создающий институциональное «превосходство» первого сектора над вторым. Именно «разность потенциалов», образовавшаяся в результате дивергенции экономики двух секторов, становится основным источником, подпитывающим теневые структуры и отношения.

К непосредственным последствиям поляризации российского экономического пространства играющим важную роль в создании питательной среды для развития латентных процессов, следует отнести:

- выделение зоны возникновения сверхприбылей;
- образование базы формирования корпоративно-бюрократических структур, неэкономическое соперничество;

- раскол общества на две неравные части – занятых в привилегированном корпоратизированном и регрессирующем не монополизированном секторах экономики;

- появление реальных предпосылок для обострения в обществе борьбы за перераспределение ресурсов на всех уровнях извлечения доходов.

Социальную нестабильность провоцируют также развернувшиеся в последние годы процессы перераспределения собственности. Приватизация в России привела к полному затуманиванию истинной картины существующих прав собственности. В настоящее время невозможно провести четкую границу между государственным и частным секторами экономики. Произошла полная диффузия форм собственности, причем проникновение частной собственности оказалось значительно большим, чем это регистрируется официальной статистикой.

Неопределенность границ частного сектора является следствием как минимум двух причин: во-первых, до недавнего времени «организованные» формы приватизации играли сравнительно незначительную роль. Они либо легализовали уже ранее осуществленное перераспределение собственности, либо путем массовой приватизации готовили базу для ее последующего вторичного перераспределения; во-вторых, широкое распространение получили так называемые «специфические способы» формирования частного сектора. Их диапазон весьма обширен, начиная от грабежа государственной собственности до легальных транзакций в форме перевода части созданной государственными предприятиями добавленной стоимости в частный сектор. Создание финансовых холдингов, конгломератов, полугосударственных банков и финансовых структур содействовали возникновению параллельных рынков денег, кредитов и капитала.

Наиболее простой и распространенный способ присвоения неучтенной денежной наличности, описанный в специальной литературе осуществляется по следующей схеме [2]: Центральный Банк России предоставляет, например,

предприятию специальный кредит для выплаты задолженности по заработной плате или для других хозяйственных нужд под низкие проценты. Деньги на рыночных условиях тут же помещают в коммерческий банк, который находится с предприятием в «особых» отношениях. Разницу, возникающую на этой операции, делят между руководителями предприятия и участвующими в доле банковскими работниками.

С самого начала рыночных реформ вплоть до их завершения, массовая приватизация в России представляла собой колоссальную спекулятивную операцию, приведшую к криминализации экономики, невиданному социальному расслоению и образованию враждующих социальных кланов. Криминализации является с одной стороны, отражением социально-экономической и политической ситуации в стране, а с другой стороны – тесно связана с моделью приватизации, принятой в России.

Известно, что, начиная с 1991 года, цены в России растут значительно быстрее, чем официальная заработная плата. Однако до настоящего времени социальная ситуация в стране резко не обостряется. Банковские накопления населения растут, а число вновь образованных на предпринимательской основе хозяйственных организаций продолжает увеличиваться несмотря на то, что каждая третья из вновь созданных мелких и средних фирм является убыточной [2]. Есть основания предполагать, что проблема выживания и первоначального накопления капитала решается в России путем активного включения населения в различные сомнительные экономические процессы разворачивающиеся в рамках ненаблюдаемой экономики. При этом мотивы, механизмы и результаты такого участия у различных групп населения различны. Вместе с тем, некоторые особенности российской действительности имеют объяснение, если признать существование параллельных источников доходов населения.

Таким образом, чтобы выжить, население вынуждено адаптироваться к новым условиям, участвуя в различных формах теневой экономической

активности. По данным социологических опросов, дополнительный доход работников промышленных предприятий от разных видов побочной деятельности достигает в России 80% совокупного семейного дохода [1]. Это свидетельствует о том, что у большей части населения существует объективная необходимость участия в теневой деятельности. Это, в свою очередь, приводит к развитию криминальной экономики. Значительное расширение сферы теневой, прежде всего, фиктивной и криминальной, экономики приводит к установлению корпоративно-бюрократического кланового правления, которое может быть достаточно длительным и даже способным обеспечить определенную социальную стабильность [6].

В настоящее время можно выделить два противоположных подхода к решению проблемы ненаблюдаемой экономики. Первый, ставший уже традиционным радикально-либеральный подход, действует с начала 1992 г. Он связан с целевыми установками на сверхвысокие темпы формирования частных капиталов. Реализация такого подхода привела к критическим масштабам роста теневой активности и образованию мощных финансово-производственных кланов, проникающих в высшие эшелоны власти, с одной стороны, и подавление нормальной предпринимательской деятельности, прежде всего малого бизнеса, с другой.

Второй подход – репрессивный, возникший как своеобразная реакция на социальные негативы радикально-либерального. Он предполагает расширение и усиление соответствующих подразделений МВД, ФСБ, налоговой полиции.

В ближайшее время борьба с преступностью будет заключаться в использовании силовых методов, сборе доказательной базы и привлечении к уголовной ответственности лидеров преступных группировок, благодаря которым предприятиям удастся скрывать большую часть прибыли и перекачивать доходы на частные счета в банках [6].

Так как государству не удастся зарегистрировать доходы, оно стремится поставить под контроль и расходы граждан. Это позволит выявить

действительные расходные параметры состоятельных групп населения, принудить их указать источники получения сокрытых доходов и помочь собрать недовыплаченные налоги.

Однако при этом не принимаются во внимание общие экономические условия хозяйствования и те причины, которые вынуждают предпринимателей скрывать свои доходы. В законопроектах упор сделан не на устранение условий, препятствующих переходу теневой деятельности в легальную, а на преследование субъектов, имеющих скрытые доходы. Это может привести к тому, что фактические результаты экономической деятельности могут оказаться противоположными декларируемым: вместо расширения налоговой базы произойдет ее сужение, а вместо снижения криминальных доходов – их рост.

Литература

1. Багданов И.Я. Экономическая безопасность России: теория и практика. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2009.
2. Гукасян Г.М. Экономическая теория: проблемы новой экономики – М.: ЮРАЛНИТИ, 2011.
3. Делягин М.Г. Идеология возрождения. Как мы уйдем из нищеты и маразма. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2012.
4. Мухин А.А. Российская организованная преступность и власть. История взаимоотношений. – М.: Ютаб-Информ 2013.
5. Оболонский А.В. Бюрократия для XXI века? Модели государственной службы: Россия, США, Англия, Австралия. – М.: МПГ 2014.
6. Тимофеев Л.М. Теневая Россия: экономико-социальное исследование. – М.: ИНФРА-М, 2009 г.
7. <http://www.mvd-expo.ru>

К вопросу о проблеме определения источников финансового права

Т.З. Юсупов

к.ю.н., доцент кафедры гражданского права

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Н.А. Джуманиязова

(студентка Казанского филиала ОУП ВО «АТиСО»)

Нормы финансового права Российской Федерации содержатся в большом числе разнообразных правовых нормативных актов, или источниках. К ним относятся акты представительных и исполнительных органов государственной власти разных масштабов и уровней и органов местного самоуправления (общие и отраслевые, федеральные, субъектов Федерации, местные и др.).

В настоящее время расширяется сфера регулирования финансовых отношений законодательными актами, что важно для повышения авторитетности финансово-правовых норм. Появилось большое число законов Российской Федерации, относящихся к разным сферам финансовой деятельности.

1. Основным источником финансового права в Российской Федерации является нормативный правовой акт. Он представляет собой результат правотворчества органов государственной власти и местного самоуправления, в которых содержатся нормы финансового права.

К нормативно-правовым актам как источникам финансового права относятся:

а) Конституция Российской Федерации. Многие ее нормы имеют прямую финансово-правовую направленность. Это норма ст. 57, устанавливающая обязанность каждого платить законно установленные налоги и сборы; норма ч. 3 ст. 75, определяющая, что система налогов, взимаемых в федеральный бюджет, и общие принципы налогообложения и сборов в Российской Федерации устанавливаются федеральным законом; норма п. «з» ст. 71,

закрепляющая в ведении Российской Федерации федеральный бюджет, федеральные налоги и сборы, федеральные фонды регионального развития; норма ч. 4 ст. 75, устанавливающая, что государственные займы выпускаются в порядке, определяемом федеральным законом, и размещаются на добровольной основе; ч. 5 ст. 101, учреждающая Счетную палату для контроля за исполнением федерального бюджета; ч. 3 ст. 104, устанавливающая, что законопроекты о введении или отмене налогов, освобождении от их уплаты, о выпуске государственных займов, об изменении финансовых обязательств государства, другие законопроекты, предусматривающие расходы, покрываемые за счет федерального бюджета, могут быть внесены только при наличии заключения Правительства РФ. б) Финансово-правовые нормы содержатся также в законодательных актах Российской Федерации и субъектов РФ, прежде всего в некоторых федеральных конституционных законах (т.е. тех, которые приняты по вопросам, предусмотренным Конституцией РФ). В их числе - ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации» от 18 ноября 1994 г., принятый в соответствии со ст. 101 Конституции РФ и определяющий компетенцию и порядок деятельности органа государственного финансового контроля.

Наиболее важное место в системе источников финансового права занимают кодексы. Налоговый кодекс РФ, регулирующий отношения по установлению, взиманию налогов и сборов в Российской Федерации, а также отношения по поводу налогового контроля и ответственности за совершение налогового правонарушения. Кроме того, кодифицированным источником финансового права является Бюджетный кодекс РФ, принятый 17 июля 1998 г. и регулирующий отношения, возникающие в процессе формирования доходов и осуществления расходов бюджетов всех уровней бюджетной системы РФ и бюджетов государственных внебюджетных фондов, осуществления государственных и муниципальных заимствований, регулирования государственного и муниципального долга, а также отношения, возникающие в ходе бюджетного процесса.

Источником финансового права являются и законы субъектов Российской Федерации, содержащие финансово-правовые нормы, которые принимаются в пределах компетенции этого субъекта в области финансов. Среди них – ежегодно принимаемый закон о бюджете субъекта РФ на предстоящий финансовый год. Кроме того, почти все субъекты РФ имеют законы о бюджетном процессе в том или ином субъекте РФ, многие – законы о порядке предоставления налоговых льгот в том или ином субъекте РФ и т.д.

в) Среди нормативно-правовых актов как источников финансового права выделяются указы Президента РФ (ст. 90 Конституции РФ). Указы Президента РФ в сфере финансово-правового регулирования разнообразны. В основном, указы Президента РФ в сфере финансов носят организационный характер, т.е. содержат поручения органам государственной власти по разработке тех или иных нормативных актов, определяют порядок их разработки или основные направления деятельности этих органов в сфере финансов.

г) Постановления Правительства РФ также являются источниками финансового права в случаях, когда содержат финансово-правовые нормы. Число постановлений Правительства РФ по вопросам государственных финансов очень велико. В частности, это постановления, регулирующие основные условия выпуска и обращения государственных ценных бумаг, устанавливающие ставки таможенных пошлин и т.п. Аналогично федеральному уровню источниками финансового права являются акты органов исполнительной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления.

д) Часто источником финансового права являются ведомственные нормативно-правовые акты. Основное место среди них занимают инструкции и письма Федеральной налоговой службы, Министерства финансов РФ, а также Федеральной таможенной службы.

Все ведомственные финансово-правовые акты должны приниматься на основе и во исполнение законов, в соответствии с актами Президента РФ и Правительства РФ. Ведомственные нормативно-правовые акты как источники финансового права приобретают юридическую силу после их государственной

регистрации в Министерстве финансов РФ, осуществленной в соответствии с постановлением Правительства РФ от 13 августа 1997 г., которым утверждены Правила подготовки нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти и их государственной регистрации.

е) Источником финансового права являются и локальные нормативно-правовые акты, содержащие финансово-правовые нормы. В частности, таковыми являются уставы и решения ученых советов государственных высших учебных заведений, затрагивающие вопросы их финансовой деятельности и содержащие, соответственно, финансово-правовые нормы.

2. Помимо нормативно-правового акта в качестве источника финансового права в последние годы стал выступать нормативный договор. В данном случае в качестве источника финансового права выступают международные договоры Российской Федерации с другими странами в сфере налогообложения.

3. В качестве источника российского права в последние годы в теории права все чаще признается судебный прецедент. Судебный прецедент – это правило поведения, сформулированное судом при рассмотрении конкретного дела в судебном решении, имеющее общеобязательное значение. Судебный прецедент как источник финансового права представлен главным образом решениями Конституционного Суда РФ. В настоящее время вынесено более 10 решений Конституционного Суда РФ по вопросам, касающимся государственных финансов.

В результате исследования были выявлены различные источники регулирующие различные сферы финансовой деятельности государства и местного самоуправления.

Литература

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // "Российская газета", № 237, 25.12.1993
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. От 03.11.2015) // Правовая справочно-информационная система "Консультант Плюс"

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть первая) от 31.07.1998 №146-ФЗ (ред. от 13.07.2015); (Часть вторая) от 05.08.2000 №117-ФЗ (ред.от 05.10.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30. 10.2015)
4. Апель А. Основы финансового права – краткий курс лекций, СПб, 2009г.
5. Додонов В.Н. и др. Финансовое и банковское право: Словарь – справочник -М., 2007г.
6. Карасева М.В. Финансовое право. Общая часть. М., 2009г.
7. Сенчагогов В.К. Финансы, денежное обращение и кредит. Проспект. М. 2004.
8. Соколова О.В. Финансы, деньги, кредит. ЮРИСТЪ. М. 2010г.

**Проблемы правового регулирования бюджетного финансирования
на примере социальной поддержки многодетных семей**

Т.З. Юсупов

к.ю.н., доцент кафедры гражданского права

(Казанский филиал ОУП ВО «АТиСО»)

Д.Б.Чесноков

(студент Казанского филиала ОУП ВО «АТиСО»)

На сегодняшний день актуальным вопросом для государства является социальная поддержка семей имеющих трех и более детей в рамках федеральной инициативы по предоставлению земельных участков. Опираясь на положения Федерального Закона от 14 июня 2011 года № 138-ФЗ "О внесении изменений в статью 16 Федерального закона "О содействии развитию жилищного строительства" в Земельный кодекс РФ внесены изменения, согласно которым, многодетные семьи Российской Федерации получили право на бесплатное предоставление земельных участков, в т.ч. и под индивидуальное жилищное строительство, но не одним законом и подзаконными нормативными правовыми актами РФ не регламентировано финансирование подведения

жизненно-важных инженерных коммуникаций. Начиная с 2012 года длится противостояние «счастливых» обладателей земли, в лице многодетных родителей с одной стороны и муниципалитетов с другой, которых законодательно обязали выдать земельные участки. Проблема подведения коммуникаций была озвучена лишь в ходе выступления Президента России, в котором он обозначил, ответственность власти в вопросе оказания помощи в создании коммунальной инфраструктуры либо из средств Федерального бюджета, либо путём предоставления ипотечных кредитов на льготных условиях. Больше никаких нормативно-правовых актов на тот момент со стороны правительства не последовало. Лишь в Указе Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 600 нашел отражение вопрос многодетных семей:

Правительству Российской Федерации совместно с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации: до июля 2012 г.:

- разработать комплекс мер по улучшению жилищных условий семей, имеющих трех и более детей, включая создание при поддержке субъектов Российской Федерации и муниципальных образований необходимой инфраструктуры на земельных участках, предоставляемых указанной категории граждан на бесплатной основе.

«Закон принимался впервые по подобной тематике. Президент РФ упомянул подобное предложение в своем послании и все субъекты, в соответствии с его указаниями, приняли подобные законы. Он был призван прежде всего реализовать саму возможность получения многодетными семьями земельных участков бесплатно. Раньше таких норм не существовало ни для каких категорий граждан. Вопрос обеспечения всеми необходимыми коммуникациями в масштабах области глубоко не прорабатывался при финансово-экономическом обосновании этого закона. Область огромная, совершенно различны по своим возможностям муниципальные образования. По мере применения этого закона мы получим какую-то практику, определенный пакет проблем, которые необходимо решать в интересах многодетных семей.

Но сейчас у нас даже нет возможности тратить бюджетные деньги на реализацию подобных проектов в сфере обеспечения коммуникациями. В ближайшей перспективе это будет решаться дифференцированно в каждом муниципальном образовании отдельно, рассчитывая на возможности муниципального бюджета». [1]

По состоянию на 1 октября 2015года в городе Казани, на основании постановления Руководителя Исполнительного комитета №9838 от 18.11.2013 г., предоставлены земельные участки многодетным семьям на двух площадках в Высокогорском районе восточнее села Каймары и в Лаишевском районе севернее от поселка Сокуры. С момента предоставления земельных участков в 2012 г. проводились регулярные встречи, круглые столы представителей многодетных семей с сотрудниками муниципальных органов власти по вопросам обеспечения выделенных земель инженерными коммуникациями. Результатом подобных прений стало строительство центральной дороги с переходным типом покрытия в пределах одного из обозначенных участков.

Следует отметить, что предоставление земельных участков семьям, имеющим трех и более детей, до конца не урегулировано законодательно, как на федеральном так и региональном, в связи с чем вопрос поддержки в региональных и муниципальных бюджетах не получил продуманного механизма решения рассматриваемой проблемы.

Таким образом, видится необходимым доработка нормативно-правовой базы с включением соответствующих расходных обязательств в состав бюджетов при определении и закреплении необходимых источников доходов.

Литература

1. Федеральный закон от 14.06.2011 N 138-ФЗ (ред. от 23.06.2014) "О внесении изменений в статью 16 Федерального закона "О содействии развитию жилищного строительства" и Земельный кодекс Российской Федерации//URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115119/

2. Указ Президента РФ от 07.05.2012 N 600 "О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг"//

URL:<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=129335>

3. Обзор выступлений президента РФ Дмитрия Анатольевича Медведева//URL:<https://www.youtube.com/watch?v=3iIF0yxByMo>

**Материалы VI Международной конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых**

**СЕКЦИЯ 1. РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В РЕАЛИЗАЦИИ
ПРИОРИТЕТНЫХ ЗАДАЧ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

**Актуальные проблемы роста стабильности банковской системы
Республики Казахстан**

Р.Г. Аюпова

(«Гуманитарный институт им. Кунаева», филиал г. Караганда)

Кардинальные перемены, произошедшие в мировой экономике в последние годы, заставляют изменить определение сущности понятия «стабильность банковского сектора». До начала мирового финансового кризиса 2008 г. принималось, что кризисные процессы цикличны и могут быть преодолены за счет конструктивных мер. Однако, это опровергает глобальный кризис последних лет, которых то разрастается, то затухает и является абсолютной угрозой развитию банковской сферы. Уже сейчас начинается следующая волна финансового кризиса и результаты не преминут сказаться на состоянии банковской системы в целом.

На сегодняшний день банковская система РК в очередной раз столкнулась с серьезными вызовами. Девальвация тенге в феврале 2014 г. спровоцировала значительный рост валютных рисков: банки столкнулись с тенговым удорожанием части своих обязательств, номинированных в иностранной валюте [2].

Изучение аналитических исследований о финансовой стабильности Казахстана показало, что в настоящее время существуют следующие проблемы в развитии банковской сферы:

- незначительный рост активов банков и кредитного портфеля по причине слабой экономической активности предприятий и их неспособности качественно обслуживать кредитные обязательства;

- внешние источники фондирования для казахстанских банков ограничены, а ресурсов внутреннего рынка не хватает. Основным источником кредитных ресурсов для отечественных банков за анализируемый период стал внутренний рынок;

- депозитная база банков остаётся неустойчивой, хотя в последние годы наблюдался существенный рост вкладов населения за счет увеличения максимального размера возмещения вкладов Фондом гарантирования и страхования вкладов;

- низкое качество кредитного портфеля банков второго уровня, высокий удельный вес безнадежных активов банков в общей их структуре;

- рост просроченной задолженности и резервов снижают капитал банков, что ограничивает возможность кредитования и обуславливает несоблюдение норматива достаточности капитала и др. [2].

Анализируя тенденции в банковском секторе РК, можно сделать вывод, что за исследуемый период определенный ряд актуальных проблем финансовой системы, особенно в области краткосрочной ликвидности, удалось устранить. Однако в целом, отечественная банковская система находится в неудовлетворительном состоянии, что оказывает негативное воздействие на экономику и социальную сферу страны.

В последнее время на республиканском уровне был принят ряд законодательных актов, определяющих направления и перспективы развития банковского сектора РК. Основополагающими документами являются «Пошаговый план улучшения качества активов банков второго уровня» и Закон РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам регулирования банковской деятельности и финансовых организаций в части минимизации рисков».

Литература

1. Пошаговый план улучшения качества активов банков второго уровня // Распоряжение Премьер-Министра Республики Казахстан от 15 декабря 2010 г. № 156-р. – [ЭР]. Режим доступа: <http://adilet.zan.kz>

2. Айгужинова Д.З., Сартова Р.Б., Салихова А.Р. Вопросы повышения стабильности банковского сектора Республики Казахстан в современных условиях // Вестник КарГУ, 2015 г, №1

Оценка сбалансированности товарного портфеля ООО

«Завод металлической тары»

А.Д. Кузнецова

(ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань)

Условием успешной деятельности компании является наличие у нее сбалансированного товарного портфеля. Под сбалансированностью портфеля следует понимать такое состояние товарного портфеля, которое обеспечивает достижение целей работы предприятия и необходимую динамику его развития, и продукты которого находятся на разных стадиях жизненного цикла, что обеспечивает постоянное получение прибыли и снижает риск ее неполучения. Также сбалансированный товарный портфель предполагает наличие в нем: «звезд», крупные доли рынка которых и высокие темпы роста обеспечивают будущее; «дойных коров», предоставляющих фонды для дальнейшего роста; «трудных детей», которые в дальнейшем могут перейти в «звезды». То есть состав и структура сбалансированного товарного портфеля, должны быть ориентированы не только на текущий рыночный спрос, но и на будущий.

ООО «Завод металлической тары» работает на российском рынке тары и упаковки уже 10 лет. Предприятие достаточно уверенно чувствует себя на рынке Урала, Поволжья, Центрального района и Подмосковья. Основными потребителями продукции являются: ОАО «НИИнефтепромхим», ООО Лукойл, ОАО «Нижнекамскнефтехим», ОАО «Загорский лакокрасочный завод» и другие химические и нефтехимические предприятия указанных регионов.

Компания производит:

1) металлические бочки с несъемным и со съемным верхним дном, также металлические бочки с внутренним покрытием 216,5 л.

2) полиэтиленовые бочки с двумя горловинами 227 л.

3) мелко – среднюю полиэтиленовую тару 48 л., 65 л., 100 л., 127 л., 160 л. с открытым верхом.

4) полиэтиленовые кубы 1000 л.

Проанализировав жизненные циклы товаров, мы получили:

1) Металлическая бочка находится на стадии зрелости, постепенно темп роста продаж замедлился и даже начал падать, усилилась конкуренция. На этой фазе прибыль достигла максимума и начала снижаться из-за дополнительных расходов на поддержание конкурентоспособности товара и на стимулирование сбыта. Также ЖЦТ металлической бочки имеет форму гребешковой кривой, что дает нам возможность полагать, что при модификации, например, маркетинговых средств возможно продление данной стадии;

2) Полиэтиленовая бочка находится на стадии роста, объем продаж характеризуется быстрым ростом, также возрастает прибыль;

3) Полиэтиленовый куб также находится на стадии роста, объем продаж, которого с 2013 г. к 2014 г. увеличился в 3 раза;

4) Недавно вышедшая линейка мелко-средних бочек находится на стадии внедрения, демонстрируя рост объемов продаж с момента выхода на рынок.

По результатам построения матрицы БКГ, мы получили:

1) в «Трудных детях» оказалась мелко - средняя тара. Для нее такое положение вполне логично, так как это новый товар и находится на начальных этапах ЖЦТ. Товары этой группы могут оказаться очень перспективными, поскольку рынок расширяется, поэтому «Трудных детей» необходимо изучать.

2) Полиэтиленовый куб оказался в квадранте «Звезды». Куб является рыночным лидером. Он приносит значительную прибыль благодаря своей конкурентоспособности, но нуждается в финансировании для поддержания высокой доли рынка, которую необходимо увеличивать.

3) В «Дойных коровах» оказались металлические бочки. «Дойных коров» необходимо максимально контролировать. Их привлекательность объясняется тем, что они не требуют дополнительных инвестиций и сами при этом

обеспечивают доход. Однако по динамике объем продаж и прибыль снижаются, но так как это основополагающий товар для компании и является входным билетом на рынок, поэтому целесообразно искать пути вывода товара на новый виток гребешковой кривой по ЖЦТ.

4) Полиэтиленовые бочки находятся в квадранте «дойные коровы». Продажи полиэтиленовых бочек достаточно выгодны, потому что в этой нише имеется всего один конкурент.

Наиболее конкурентный рынок (5 конкурентов) – в продажах металлически бочек, самым крупным является компания «Grief», которая занимает 60% рынка, на долю остальных приходится 5-10%. По продаже кубов у завода имеется один конкурент компания «Greif», которая занимает 62% рынка. По продажам полиэтиленовой тары у завода имеется один крупный конкурент - это «Завод тарных изделий», который занимает 55% рынка.

По результатам анализа, можно сделать вывод, что предприятие имеет сбалансированный ассортимент, так как в нем есть товары, находящиеся на разных стадиях ЖЦТ, приносящие компании доход в настоящее время - это куб, полиэтиленовые и металлические бочки. И товары, которые обеспечат компании доход в будущем – это мелко-средняя тар.

1. Для товара металлические бочки можно порекомендовать ценовое стимулирование, например, выиграть новый тендер, поможет небольшое снижение цены, что обеспечит получение крупного заказа.

2. Для кубов, можно порекомендовать сохранение лидирующих позиций, и защиту имеющейся доли рынка, это возможно за счет постоянного мониторинга мнений клиентов о товаре, их предпочтений и оказании сервисных услуг, а именно грамотной и своевременной доставки товара.

3. Для полиэтиленовых бочек, как одного из перспективных направлений для увеличения объемов продаж и расширения круга клиентов, можно порекомендовать введение новой модификации товара – бочка полиэтиленовая со съёмным верхом 227 л, так как производственные мощности и оборудование позволяют осуществлять бесппроблемную переналадку, и уже имеются запросы клиентов на этот вид товара.

4. Для мелко-средней тары, как нового товара, имеющего растущий объем продаж, можно порекомендовать охватить как можно большее число посредников, что позволит увеличить географию охвата рынка.

Интернет – сервисы как инструмент маркетинга

Л.Р. Нуруллина

(ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,

г. Казань)

Для обеспечения высоких продаж и достижения главной цели любого предприятия, а именно получения прибыли, существуют различные инструменты маркетинга. Одним из таких инструментов являются интернет - сервисы. Все больше предпринимателей осознают эффективность применения интернет-технологий для продвижения своего товара.

В сравнении с классическими инструментами маркетинга применение интернет технологий обусловлено следующими особенностями [1]:

1) благодаря интернету можно получить более полную информацию о товаре;

2) интернет – это среда с многообразными методами и приемами влияния на его пользователей;

Самыми актуальными инструментами интернет маркетинга, на сегодняшний день, являются:

1. Системы контекстной рекламы – сервисы, позволяющие пользователям размещать контекстные рекламные объявления в поисковых системах. В качестве примера здесь можно назвать «Яндекс.Директ» и «Google AdWords». Достоинство данной рекламы в том, что пользователи, размещающие объявления платят за количество кликов по объявлению, а не за его размещение. Суть контекстных реклам состоит в том, что, чем выше объявление рекламодателя будет стоять в адресной строке поиска, тем больше

людей просмотрят данное объявление, и, тем самым, увеличивается количество потенциальных клиентов для фирм.

2. Виртуальные торговые площадки – интернет - платформа, осуществляющая коммуникацию поставщиков и потребителей товара или услуги. Примером таких площадок являются: «Пульс цен», «B2B».[2] «Пульс цен» позволяет организовать торговые операции по всей территории России и за ее пределами. Преимуществом электронных площадок является то, что с их помощью, можно проанализировать какой товар компании лучше всего продается, выявить, насколько высоки продажи вашей компании, также эти системы позволяют связываться с потенциальными партнерами и т.д.[3]

3. Виртуальные доски объявлений – позволяет рекламодателям размещать объявления на различных сайтах. В России одними из самых популярных досок объявлений являются «Авито» и «OLX». Они позволяют размещать объявления о купле – продаже товаров, как частным лицам, так и крупным компаниям. Преимуществом этих сервисов является то, что в большинстве своем они бесплатны и размещение объявлений не требует ни денежных затрат, ни каких-либо особенных знаний для размещения объявления. Однако стоит отметить, что в 2015 году произошел отток рекламодателей с данных сервисов. Произошло это по причинам: ужесточения контроля за выкладываемым контентом и навязыванием платных услуг, особенно это коснулось рынка недвижимости.

В качестве примера, работы вышеприведенных инструментов маркетинга на практике, будет приведена следующая фирма. Итак, в республике Татарстан городе Казани функционирует предприятие, которое занимается производством строительных металлических конструкций и само реализует данный продукт. Предприятие включает в себя отдел продаж, в котором введено разделение менеджеров по следующим направлениям: менеджер сетевых продаж, ответственный за сотрудничество с сетевыми строительными магазинами – гипермаркетами («Мегастрой», «АГАВА», «Леруа Мерлен» и др.) и региональный менеджер со своей зоной ответственности. Продажа связана

с ярко выраженной сезонностью продаж, пик продаж приходится на апрель – ноябрь, это обусловлено тем, что строительные организации занимаются своей непосредственной деятельностью именно в этот период.

В связи с тем, что продажи происходят в основном методом телефонной коммуникации многие виды традиционной рекламы (визитки, флаера, местные рекламные акции) данному предприятию недоступны. Таким образом, упор делается на интернет-рекламу, активнее всего используется контекстная реклама («Яндекс.Директ», «Google AdWords»). По прошлогодним исследованиям отдела продаж, во время сезона использование данной рекламы повысило продажи на 30%. Остальные интернет – инструменты оказались не столь эффективны, хотя они и менее затратны. Они все требуют денежных вложений для нахождения в верхних строках однотипной продукции, это менее затратно чем контекстная реклама, однако действует на порядок хуже.

Таким образом, согласно приведенному исследованию одним из лучших инструментов интернет - маркетинга является контекстная реклама.

Литература

1. Калужский М. Л., Карпов В. В. Сетевые интернет - коммуникации как инструмент маркетинга // Практический маркетинг. – 2013. – № 2. – С. 32-39.

2. Ассоциация электронных торговых площадок [Электронный ресурс]: Задачи, решаемые с помощью электронных торговых площадок – Режим доступа: <http://aetp.ru>

3. Сайтостроение от А до Я [Электронный ресурс]: Торговые площадки – максимальное ускорение для вашего интернет маркетинга. – Режим доступа: <http://www.internet-technologies.ru>

О проблемах реформирования экономики в РФ

Ю.Г. Огородникова, М.В. Галяутдинова

(Казанский филиал ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»,
г. Казань)

При подготовке программы этих реформ и их практическом осуществлении использовался преимущественно опыт промышленно развитых стран, где рыночное хозяйство эволюционирует в течение многих столетий. Важно поэтому сопоставить постсоветскую практику, а это уже более двух десятилетий, с тем, каким образом организована и как функционирует рыночная экономика в других государствах.

Уровень развития российской экономики существенно ниже, чем в индустриально развитых странах. Объем ВВП России в расчете на душу населения в долларах в 2008 г. по отношению к Англии составлял 55,3%, Германии – 54,7, Франции – 59,4, США – 43,3% . В сравнении с ними Россия все еще остается на этапе догоняющего развития. Ориентация на Запад ощутимых и реальных сдвигов в этом плане не принесла: копирование внешних признаков экономической модели, как показал опыт реформ, не гарантирует выхода на эффективность формально копируемого образца. Разрыв во времени здесь может измеряться десятилетиями, тогда как реформаторы убеждали общество, что преимущества рынка проявятся сразу и будут нарастать.

Для России более поучительным видится сравнение с крупными развивающимися странами мира – это с Китаем и Индией. Эти страны за последние десятилетия добились значительных успехов в развитии своей экономики, заметно сократили отставание от индустриально развитых стран мира. Особенно интересен в этом отношении опыт Китая, где переход к рынку происходит путем постепенного реформирования планово-регулируемой экономики, которая вначале была создана по директивному типу. На этом фоне результаты российских реформ выглядят неудачными. Статистически наиболее высокие темпы роста, связанные с восстановлением экономики после

трансформационного спада, имели место в 2000-2005 гг. Подъем продолжался до 2008 г., когда начался новый циклический спад. Докризисный уровень ВВП был восстановлен в начале 2010-х гг., но по отношению к предшествующему пятилетию темпы роста замедлились; 2010-е гг. характеризовались усилением тенденции к стагнации российской экономики. Прирост в 2010 г. составил 4,5%, 2011 г. – 4,3, 2012 г. – 3,4, 2013 г. – 1,3%, в 2014 г. – менее 0,5% [3].

Проблемы реформирования. На большинстве предприятий в настоящее время основной проблемой является их структурно-функциональная несбалансированность. Эта несбалансированность выражается несколькими главными направлениями:

1. Диспропорция между интенсивностью производственных и воспроизводственных процессов. Постоянная нехватка инвестиций в течение ряда лет привела к ослаблению процессов обновления и восстановления оборудования и других видов основных фондов, модернизации технологии производства, обновления персонала.

2. Несоответствие финансового состояния предприятий их положению на отраслевых товарных рынках (у предприятий, продукция которых пользуется регулярным функциональным спросом, имеет место недостаточный уровень ликвидности).

3. Разрыв между уровнем корпоративного управления и требованиями рыночной экономики, несоответствие внутренней структуры предприятия его целям и задачам.

Имеются и более частные виды несбалансированности, в числе которых: наличие неиспользуемого оборудования; избыток численности; непомерная социальная нагрузка на предприятие [2].

Одним из направлений реформирования предприятий является их реструктуризация – изменения существующей структуры, связей объекта

Реструктуризация предприятия или корпоративное реструктурирование может быть определено как любые изменения в производственной и

организационной структуре, структуре капитала, которые не являются частью повседневного делового цикла предприятия.

Основными целями реструктуризации предприятия являются: достижение определенных экономических и социальных целей; изменение распределения собственности и контроля над деятельностью предприятия; увеличение стоимости предприятия [1].

Последствия рыночных реформ в России проявляются в целом в увеличении не столько реальных объемов производства, сколько номинальных их величин под воздействием инфляции. Влияние процесса накопления денежного капитала распространяется на финансовые рынки, механизм распределения и перераспределения доходов, а реальную экономику затрагивает преимущественно негативным образом. Это иллюстрирует деформацию рыночных инструментов, изначально запущенную реформаторами для накопления частного капитала главным образом путем институционального и ценового перераспределения собственности и доходов. 1980-е гг. считаются реформаторами периодом застоя, предшествующим краху советской экономики на рубеже 1990-х гг. Но и в эти годы реальный прирост объема производства давал более 1/3 номинального прироста национального дохода. Это не менее чем в 2 раза превышает удельный вес аналогичного показателя в приросте ВВП постсоветской России в успешный для нее период 2000-2008 годов.

В трактовке реформаторов установка на поддержание стабильного уровня цен и недопущение инфляции тормозила рост советской экономики, и они, в известном смысле, отчасти правы. О том, что дала в этом отношении либерализация цен, уже сказано: механизм инфляции был запущен по максимуму, тогда как с обещанным ускорением реального роста экономики случился полный провал. Напрашивается следующее объяснение: запуск не отлаженного «саморегулирующегося» рыночного механизма не в состоянии обеспечить прогрессивного развития, если при проведении реформ не достигается соответствия роста доходов реальной динамике ВВП. Основные

усилия инициаторов реформ были сосредоточены на переделе собственности и так называемой «финансовой стабилизации», способной хотя бы частично компенсировать разрушительные последствия форсированного перехода к стихийному рынку [3] .

Рыночные реформы оказались неспособными усилить в большей части отраслей реальной экономики их воздействие на повышение технического уровня производства. Научно-технический потенциал страны в сравнении с развитыми странами мира ослабел. Система рыночной экономики, созданная в России, до сих пор не может обеспечить эффективную работу предприятий как обязательную предпосылку необходимого расширения производства. Это в отличие от других стран является главной причиной низкой эффективности рыночных реформ в отношении их воздействия на развитие национальной экономики.

Литература

1. Репнев В.А. Кризисный менеджмент: теория и практика - М.: Директ-Медиа, 2014.
2. Шилов В.Р. Организационные структуры предприятия в рыночной экономике: М - Лаборатория книг, 2010.
3. Плышевский Б.П. Рыночные реформы и развитие экономики России // Экономист. 2014. №9. С. 4-23 .

Система управления рисками в банковском секторе Казахстана

М.Р. Салихова

(«Казахстанский институт менеджмента, экономики и прогнозирования»,

г. Алматы)

В настоящее время в банковской системе Казахстана происходят изменения, которые повышают значимость и необходимость использования системного подхода к управлению рисками. Если ранее процентные ставки фиксировались монетарными властями, структура финансовых инструментов

часто устанавливалась заранее, финансовые рынки отличались малой глубиной и степенью активности, банкам не разрешалось вести операции в иностранной валюте, планирование было очень поверхностным и относительным, т.к. банки обладали ограниченной автономностью, а национальные стандарты учета не требовали той степени раскрытия информации, которая позволила бы оценить прибыльность или достаточность капитала, то сегодня ситуация меняется. Причем, достаточно резко и это требует активного вмешательства в процесс управления финансами и рисками банков, работающих на данных рынках.

В связи с этим, надо обратить внимание на совершенствование следующих моментов:

1. Необходимо сделать более доступной финансовую информацию
2. Нужно укреплять финансовую политику.
3. Усилить управление обязательствами и активами.
4. Обратить внимание на совершенствование организационной структуры банков.
5. Необходимо четкое распределение обязанностей по управлению в банках.
6. Создание эффективной системы контроля.

Основная задача регулирования рисков в банке – это поддержание приемлемых соотношений прибыльности с показателями безопасности и ликвидности в процессе управления активами и пассивами банка, т.е. минимизация банковских потерь.

Эффективное управление уровнем риска в банке должно решать целый ряд проблем - от отслеживания (мониторинга) риска до его стоимостной оценки. Уровень риска, связанного с тем или иным событием, постоянно меняется из-за динамичного характера внешнего окружения банков. Это заставляет банк регулярно уточнять свое место на рынке, давать оценку риска тех или иных событий, пересматривать отношения с клиентами и оценивать качество собственных активов и пассивов, следовательно, корректировать свою политику в области управления рисками.

Процесс управления рисками в банке включает в себя: предвидение рисков, определение их вероятных размеров и последствий, разработку и реализацию мероприятий по предотвращению или минимизации связанных с ними потерь.

Все это предполагает разработку каждым банком собственной стратегии управления рисками, то есть основ политики принятия решений таким образом, чтобы своевременно и последовательно использовать все возможности развития банка и одновременно удерживать риски на приемлемом и управляемом уровне.

Цели и задачи стратегии управления рисками в большой степени определяются постоянно изменяющейся внешней экономической средой, в которой приходится работать банку.

Литература

1. Гранатуров В. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения / Учебное пособие. – 2-е издание. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2009, с. 351.
2. Резолюция IV Конгресса финансистов Казахстана. // Специальный выпуск журнала «Рынок ценных бумаг Казахстана», 2004, ноябрь, с. 58.

Правовое положение электронных средств платежа в Российской Федерации

А.С. Тарасова

(«Альметьевский городской суд», г. Альметьевск)

Пластиковые карточки и виртуальные платежные системы получили широкое распространение в РФ. Оплатить электронными деньгами сегодня можно практически все. Вместе с этим электронные деньги иногда приносят больше проблем, чем пользы. Малейшая невнимательность – и кошелек взломали. Получить свои деньги вряд ли удастся. На самом деле электронные

деньги надежно защищены, причем банки постоянно внедряют новые методы безопасности. Банковские карты и web-кошельки открыли новые возможности для людей: уже не нужно бегать по рынкам и магазинам, чтобы сравнить цены на товары и сделать свой выбор, а главное – благодаря появлению кредитных карт не нужно носить крупные суммы наличных денег, за покупки можно рассчитаться нажатием четырех клавиш PIN-кода.

Но какова законность понятия электронного средства платежа в рамках гражданского кодекса Российской Федерации и Федерального закона "О национальной платежной системе"?

В структуре российского права понятие электронного средства платежа (ЭСП) впервые появилось в п. 3 ст. 847 ГК РФ, где сказано, что ЭСП – это расчетный (платежный) документ, составленный в электронной форме, т.е. электронный платежный документ [1].

Стремительное развитие информационных технологий в сфере безналичных расчетов, увеличение объемов интернет-платежей, широкое распространение возможности расчета посредством банковских карт на фоне недостаточного правового регулирования этого способа расчета легли в основу более широкого толкования понятия электронного средства платежа. Так, специалистами отмечалось, что распоряжение деньгами может осуществляться как с помощью электронных расчетных документов, так и документов, удостоверяемых электронными средствами платежа [2], а также с использованием разного рода банковских карт, иных технических устройств и видов связи [5].

Квалификация банковских карт как электронных средств платежа, обеспечивающих доступ к управлению банковским счетом, положительно повлияла на правовое обеспечение развития этой формы безналичных расчетов и способствовала защите прав потребителей в спорных ситуациях.

Казалось бы, такое определение банковской карты как документа формально не противоречило п. 3 ст. 847 ГК РФ. Однако, в отличие от понятия ЭСП как средства оформления платежного документа, понятие ЭСП как

документа в данном случае не отражает истинного назначения этого устройства. Во-первых, информация, размещенная на банковской карте, непосредственно не может подтвердить ни сумму размещенных денежных средств на банковском счете, ни факт такого размещения. Во-вторых, в правоприменительной практике квалификации банковских карт как платежных документов способствовали также нормы других отраслей права. Например, формулировка диспозиции ст. 187 УК РФ предусматривает ответственность за изготовление в целях сбыта или сбыт платежных документов, не являющихся ценными бумагами. Специалисты отмечали неточность формулировки данной нормы в связи с тем, что банковская карта приравнивается к платежному документу, хотя, по сути, им не является [3].

Быстрое развитие в РФ наряду с банковскими картами получили такие современные способы безналичных расчетов, как мобильный банкинг, расчеты электронными деньгами, переводы денежных средств через платежные терминалы и банкоматы с функциями cash-in и т.п., которые, в отличие от дебетовых банковских карт, не могли быть рассмотрены в качестве документов в силу своих физических свойств и функционального назначения. В то же время, изложенное в ГК РФ понятие ЭСП достаточно точно определяло функцию технических устройств в электронных платежах.

Некоторые виды ЭСП (например, расчетные и prepaid банковские карты) в техническом аспекте являют собой обязательный элемент технологии соответствующего платежного инструмента – той или иной формы безналичных расчетов. Часть электронных устройств образуют особую группу ЭСП, которые можно использовать только по месту их установки.

Другие виды ЭСП (например, компьютеры или мобильные телефоны) в большинстве случаев технологически не предназначены для использования в качестве платежного инструмента. Однако в совокупности с дополнительными устройствами и (или) программным обеспечением эти средства либо становятся физическим носителем определенного вида платежного инструмента, либо через интерфейс платежной системы обеспечивают доступ к платежному инструменту.

Важно также отметить, что с течением времени часть электронных устройств, применявшихся в целях управления банковским счетом, стала активно использоваться для оказания платежных услуг организациями, не имевшими статуса кредитных организаций. Однако содержащееся в ГК РФ понятие ЭСП как средства распоряжения денежными суммами на банковском счете формально не могло быть применено в отношении безналичных платежей, проводимых вне банковской системы.

Таким образом, учитывая постоянно растущий объем электронных платежей в России и немаловажную роль ЭСП в вопросе осуществления безналичных расчетов в электронной форме, понятие ЭСП, закрепленное в ГК РФ, нуждалось в более адекватном определении на уровне федерального закона.

В ходе подготовки проекта Закона о национальной платежной системе Банк России уделил особое внимание правовому регулированию ЭСП и предусмотрел "широкое" определение этого понятия, позволяющее учесть как уже существующие средства и способы передачи распоряжений об осуществлении перевода денежных средств в электронном виде, так и те, которые могут появиться в перспективе [8].

В п. 19 ст. 3 Федерального закона от 27 июня 2011 г. N 161-ФЗ "О национальной платежной системе" (далее – Закон о НПС) ЭСП определяется как средство и (или) способ, позволяющие клиенту оператора по переводу денежных средств составлять, удостоверять и передавать распоряжения в целях осуществления перевода денежных средств в рамках применяемых форм безналичных расчетов с использованием информационно-коммуникационных технологий, электронных носителей информации, в том числе платежных карт, а также иных технических устройств.

Новое определение ЭСП, прописанное в Законе о НПС, существенно уточняет и расширяет понятие ЭСП, содержащееся в п. 3 ст. 847 ГК РФ. По мнению Банка России, определение этого понятия в Законе о НПС не позволяет рассматривать платежный документ в электронной форме, использующийся

в системах ДБО кредитных организаций, в качестве электронного средства платежа.

Понятию ЭСП и правилам его использования придается системообразующий характер по отношению ко всем применяемым в Российской Федерации формам безналичных расчетов, осуществляемым без использования бумажных технологий, включая расчеты электронными денежными средствами.

Комитет по платежным и расчетным системам Банка международных расчетов и Всемирный банк осуществляют регулирование электронных услуг по переводу денежных средств аналогичным образом. Но ни одна из названных организаций не рекомендует государственным органам власти привязывать методы регулирования к конкретным платежным инструментам или каналам перевода средств, т.к. имеет место модернизация технологий, используемых при осуществлении денежных переводов. И такой подход законодателя к правовому регулированию всех видов безналичных расчетов в электронной форме является оптимальным.

Например, перевод денежных средств посредством банкомата с функцией cash-in не предусмотрен ГК РФ. В соответствии со ст. 5 Федерального закона от 2 декабря 1990 г. N 395-1 "О банках и банковской деятельности" эта операция представляет собой перевод денежных средств без открытия банковского счета. Однако, согласно Положению Банка России от 1 апреля 2003 г. N 222-П "О порядке осуществления безналичных расчетов физическими лицами в РФ", переводы без открытия банковского счета могли быть проведены только на основании распоряжения клиента на бумажном носителе. Следовательно, перевод, осуществленный через терминал банка, по критерию используемого платежного документа надо было рассматривать как форму безналичных расчетов, не предусмотренную законодательством и нуждающуюся в специальном нормативном регулировании. То же самое можно было сказать в отношении мобильных платежей – переводов денег с использованием мобильного телефона [4]. Однако в последнем случае применяемые

технологии мобильных платежей настолько отличаются друг от друга, что установить в нормативном акте единообразные правила таких расчетов практически невозможно.

В этой ситуации для обеспечения защиты прав потребителей более эффективно направить силы на законодательное регулирование не каждого появляющегося нового способа электронного перевода средств, а лишь правил использования того общего компонента, который имеется в любой форме электронных платежей. Таким общим компонентом являются ЭСП, которые используются в России во всех известных на данный момент видах платежных инструментов и соответствующих им формах безналичных. Таким образом, Закон о НПС создал прочную основу и четкие ориентиры для единообразного правового регулирования всех видов безналичных расчетов в электронной форме.

Литература

1. Абрамова Е.Н., Аверченко Н.Н., Арсланов К.М. и др. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Часть вторая: Учебно-практический комментарий (постатейный) / Под ред. А.П. Сергеева. М.: Проспект, 2010. 992 с. // СПС "КонсультантПлюс".

2. Беляева О.А., Вишневский А.А., Ефимова Л.Г. и др. Кредитные организации в России: правовой аспект / Под ред. Е.А. Павлодского. М.: Волтерс Клувер, 2006.

3. Воронцова С.В. К вопросу квалификации преступлений в сфере электронных платежей // СПС "КонсультантПлюс".

4. Иванов В.Ю. Мобильные платежные услуги операторов связи в рамках законодательства о национальной платежной системе // Банковское право. 2012. N 6. С. 29 - 36.

5. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части второй (постатейный) / Под ред. С.П. Гришаева, А.М. Эрделевского // СПС "КонсультантПлюс".

6. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части второй (постатейный). 5-е изд., испр. и доп. с использованием судебно-арбитражной практики / Под ред. О.Н. Садикова. М.: КОНТРАКТ, ИНФРА-М, 2006.

7. Шамраев А.В. Законодательство о национальной платежной системе и его влияние на развитие платежных инноваций // Банковское право. 2011. N 5. С. 13.

8. Шамраев А.В. Стимулирующее регулирование платежных инноваций и технологий // Платежные и расчетные системы. Вып. 28. Всероссийское совещание "Национальная платежная система и роль Банка России в ее развитии": Сб. докладов. URL: <http://www.cbr.ru/publ/PRS/prs28.pdf>.

СЕКЦИЯ 2. ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Актуальность сенсорного маркетинга

М.В. Васильева

(ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань)

Сегодня рынок товаров и услуг характеризуется высоким ассортиментным многообразием. Фирмы, как правило, не сильно отличаются маркетинговой политикой. Используя аналитические сводки о рынках и каналах сбыта, они регулируют ценовую и сбытовую политику предприятия, стараясь подстроиться под существующие условия. В условиях высокой конкуренции большую актуальность получает сенсорный маркетинг. Это вид маркетинга, главной задачей которого является увеличение объема продаж с помощью воздействия на органы чувств покупателя. Ассортиментное разнообразие делает потребителя более строгим и достаточно дотошным. Ранее инструменты

влияния фирмы на своего потребителя были стандартны и давали результаты, сегодня же работа «черного ящика» стала изменяться. Если раньше потребитель акцентировал внимание на сочетании цены и качества, то сейчас, при большом количестве одинаковых товаров, покупатель больше внимание уделяет качеству обслуживания. Если потребитель при покупке испытал положительные эмоции, наиболее вероятно, что он вернется сюда снова. Именно сенсорный маркетинг позволяет выделиться предприятию на фоне одинаковых предложений.

Актуальность сенсорного маркетинга подчеркивается сложившейся ситуацией на сегодняшнем макроэкономическом рынке в России. Усилившаяся в 2015 году инфляция сильно пугает потребителей, наблюдается падение покупательной способности, снижение спроса на товары, отток клиентов у фирм, предоставляющих услуги. В условиях ограниченности ресурсов нужно искать более совершенные и недорогие методы сбыта. Фирмы вынуждены бороться за потребителя, но сделать сегодня это гораздо сложнее. Действие сенсорного маркетинга направлено на ассоциации и эмоции покупателя. Отвлекая его от ценовых факторов, которые при невысокой покупательной способности выходят на первый план, сенсорный маркетинг заставляет потребителя нуждаться в товаре и, как следствие, покупать его.

Известно, что процесс принятия решения о покупке зависит от двух систем мышления. Воздействие на покупателя можно оказывать рационально и эмоционально. Потребителю нужен качественный товар по приемлемой цене, который он сможет приобрести в удобном для него месте – за это отвечает рациональная составляющая принятия решений о покупке. Но часто покупателя стоит подтолкнуть к приобретению, и легче всего это сделать через эмоциональную сторону, с помощью звуков, запахов, изображений. Данные выводы были получены в результате многих нейробиологических исследований мозга человека. Было доказано, что система мышления, которая отвечает за интуицию, ассоциации и эмоции, обрабатывает входящую информацию очень быстро, а рациональная система, которая принимает решение, действует

медленно и затрачивает много энергии. Совместная работа двух систем характеризует процессы принятия решений о покупке. [1] Задачей сенсорного маркетинга является воздействие именно на эмоциональную сторону поступка.

Сенсорный маркетинг актуален на сегодняшнем рынке простотой и разнообразием инструментов. Первый инструмент - визуальный маркетинг. В зависимости от сферы деятельности фирмы, можно оформлять место продаж постерами и фотографиями. В ходе научных экспериментов было выявлено, что у женщин положительные эмоции вызывают изображения детей и семьи, а у мужчин - фотографии женщин и визуализация успеха. Точки продаж, содержащие изображения, которые вызывают положительные эмоции, показывают более высокие показатели выручки. Можно отметить влияние цвета на действие покупателя. Красный цвет наиболее заметен, коричневый и серый практически не привлекают внимания. Поэтому надпись «скидки» на витрине практически везде красная. [2] Другой, не менее сильный инструмент – аромамаркетинг. Сегодня почти в каждом продуктовом магазине он используется в хлебном отделе. Приятные запахи способны задержать покупателя в магазине. Более того, эксперименты доказали, в помещении с мягким ароматом люди вели себя более вежливо и отзывчиво по отношению друг к другу, по сравнению с помещениями с неприятным ароматом или без него. Это подтверждает, что положительными эмоциями можно воздействовать на поведение покупателя.

Наиболее актуальное направление сенсорного маркетинга – тактильный маркетинг. [3] Внедрить инструменты этой области труднее всего, потому что они требуют тщательного изучения. Однако, по мнению многих маркетологов, это самый сильный инструмент воздействия на потребителя. Доказано, что если покупатель взял товар в руки, шансы, что он его купит, возрастают многократно. [4] Упаковка, вес изделия, фактура, материалы, даже температура – все это способно вызвать у потребителя нужные производителю эмоции. Грамотное использование всех тактильных аспектов оформления

продукта приводит к возникновению сильных ассоциаций и эмоций, связанных с производителем на подсознательном уровне.

Сенсорный маркетинг можно и нужно развивать. Необходимость внедрения результатов научных исследований нейромаркетинга фирмы очевидна: чем глубже в голове у потребителя ассоциации с товаром, тем больше вероятность принятия решения о покупке.

Литература

1. Барден Ф. Взлом Маркетинга: Наука о том, почему мы покупаем / Фил Барден; пер. с англ. И. Антипкиной. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 304 с.
2. Трайндл А. Нейромаркетинг: Визуализация эмоций / Арндт Трайндл; Пер. с нем. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 114 с.
3. Гончаров П. А., Басов Д. Д. Сенсорный брендинг: виды, приемы, решения // Бренд-менеджмент. – 2012. – №6. – С. 330-340.
4. Ариэли Д. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 163 с.

Концептуальные аспекты инновационного развития жилищной строительной индустрии

И.А. Вохмянин

(ФГБУН «Институт социально-экономического развития территорий РАН»,
г. Вологда)

Одним из направлений создания функционально новой жилищной среды является развитие строительной индустрии и производства строительных материалов, изделий и конструкций с использованием инновационных технологий.

Содействие внедрению инновационных технологий в сфере жилищного строительства, развитию отечественного производства строительных

материалов, изделий и конструкций – одна из главных задач, стоящих перед органами власти [1]. Для решения данной задачи необходимо создание условий для привлечения инвестиций в целях модернизации и обновления действующих производств, введения инновационных высокотехнологичных производственных мощностей, в первую очередь отечественных, конструкторских технологий, строительства новых энерго- и ресурсосберегающих, экономически эффективных и экологически безопасных предприятий стройиндустрии, которые будут выпускать энергоэффективные и энергосберегающие строительные материалы, конструкции и изделия, в том числе для строительства жилья эконом-класса. Рост экономических показателей таких предприятий будет способствовать повышению их инвестиционной привлекательности и привлечению инвестиций для большей модернизации действующих производств, ввода новых мощностей по выпуску продукции.

Важным аспектом инновационного развития отрасли является повышение эффективности научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Отраслевая наука должна быть более динамичной и адаптивной к меняющимся внешним условиям. В связи с этим необходимо создать единую базу наукоемких разработок, обеспечить выработку научных основ технологии получения высокоэффективных наномодифицированных строительных композитов, расширить применение отечественной продукции газо- и нефтехимии для производства строительных материалов [2].

В целом потенциал инноваций характеризуется следующими сегментами строительной индустрии:

- машиностроительное производство;
- производство строительных материалов;
- методы соединения материалов (монтажные приспособления);
- технологии строительства (способ возведения объекта);
- способы внутренней и внешней отделки;
- методы ремонта, восстановления и реставрации;
- архитектурные решения;

- организационная работа, системы управления проектами;
- проектирование (внедрение нового программного обеспечения - E-Plan, 3D-проектирование и т.д.) [3].

Основными показателями инновационного развития промышленности строительных материалов являются:

- развитие высокотехнологической машиностроительной базы по производству современного энергоэффективного оборудования для предприятий промышленности строительных материалов, изделий и конструкций;

- повышение доли предприятий, осуществляющих внедрение новых технологий производства строительных материалов;

- снижение степени износа, увеличение коэффициента обновления основных фондов;

- сокращение энергопотребления на предприятиях строительных материалов;

- создание локальных интеллектуальных электроэнергетических сетей;

- развитие испытательной базы строительных материалов, изделий и конструкций;

- совершенствование системы подготовки квалифицированных кадров и повышения квалификации специалистов для промышленности строительных материалов;

- рациональное использование минеральных природных ресурсов и вовлечение в производство строительных материалов отходов различных отраслей промышленности;

- обеспечение современной технической и технологической оснащенности геолого-разведочного процесса в целях воспроизводства минерально-сырьевой базы, осуществление экспрессной оценки качества и прогноза технологичности сырья для его эффективного и комплексного использования за счет модификации, глубокой переработки [2].

Таким образом, на перспективу должна быть поставлена задача повышения эффективности жилищной строительной индустрии за счет внедрения новых технологий производства. При этом необходимо содействовать разработке строительными организациями планов инновационного развития и повышения конкурентоспособности строительной продукции.

Литература

1. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года: Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

2. Об утверждении Стратегии развития промышленности строительных материалов и индустриального домостроения на период до 2020 года: Приказ Минрегиона РФ от 30.05.2011 N 262 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

3. Инновации в российском строительстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/209/3167>

Организация и функционирование системы качества на промышленном предприятии ОАО «КМПО»

М.В. Галяутдинова, Е.Н. Новикова

(Казанский филиал ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»

г. Казань)

Актуальность темы заключается в том, что главными, важными и влиятельными, но не единственными, факторами конкуренции продукции являются цена и качество. Причем, в условиях рыночных отношений возрастает роль неценовой конкуренции, когда завоевать потребителя можно только через высокое качество. Качество продукции является одним из важнейших средств конкурентной борьбы на рынке. Поэтому предприятие уделяет особое

внимание обеспечению высокого качества продукции, устанавливая контроль на всех стадиях производственного процесса, начиная с контроля качества используемого сырья, материалов и заканчивая определением соответствия выпущенного продукта техническим характеристикам и параметрам не только в ходе его испытания, но и в эксплуатации. Управление качеством продукции на предприятии стало основной частью производственного процесса и направлено на проверку качества изделия в процессе его изготовления.

Открытое акционерное общество «Казанское моторостроительное производственное объединение» (ОАО "КМПО") основано в 1931 году и является одним из крупнейших машиностроительных предприятий России.

Миссия предприятия (ОАО "КМПО"): "Через постоянное совершенствование бизнес-процессов, повышение эффективности труда каждого работника предприятия, создавать продукцию, полностью удовлетворяющую запросы потребителей, с минимальными сроками поставки и с лучшей ценой на рынке."

ОАО «КМПО», получило три сертификата соответствия.

Предприятие сертифицировано в соответствии с международным стандартом -ISO 9001:2008 (система менеджмента качества);

- ГОСТ РВ 0015-002-2012 (система менеджмента качества при разработке и постановке на производство военной техники);

- СТО Газпром 9001-2006 (система менеджмента качества организаций, являющихся внутренними и внешними поставщиками ОАО «Газпром»).

Помимо того, что КМПО обладает всем необходимым оборудованием и технологиями для производства высококачественной, экономичной и экологичной продукции, полученные сертификаты соответствия значительно повышают имидж предприятия и дают существенные конкурентные преимущества при получении заказов на производство газотурбинных двигателей и оборудования для перекачки и распределения природного газа.

При организации и внедрении системы качества в объединении ОАО «КМПО» как и другие крупные предприятия столкнулось с рядом проблем.

Одним из инструментов выявления проблем в системе менеджмента качества является механизм внутренних аудитов. Проанализировав результаты внутренних аудитов, можно определить, что основное внимание сегодня предприятия уделяют управлению документацией. При этом предприятия сами формулируют проблему:

- документация системы не используется работниками организации;
- документация мешает работе;
- служба качества отвлекает от работы.

В большинстве организаций служба качества воспринимается как подразделение, ответственное за поддержание системы менеджмента качества в рабочем состоянии. С учетом первой проблемы функции Службы качества часто ограничиваются поддержанием в рабочем состоянии документации СМК: в подразделениях должна быть документация СМК, вестись все предусмотренные документами СМК записи, работники должны знать содержание документации СМК.

В производственных подразделениях формируется устойчивое мнение, что Служба качества (в том числе внутренние аудиторы):

- приходит не вовремя, когда в производственных подразделениях самое напряженное время (окончание объекта, отчетный период и другие производственные проблемы);
- проверяет только записи (журналы, подписи, штампы, даты, протоколы) и наличие документации СМК у начальника подразделения;
- задает непонятные, не имеющие отношение к основной деятельности вопросы (валидация, верификация, идентификация, результативность, мониторинг, критерии, адекватность и другие вопросы) и не интересуется результатами работы (например, проектирования)
- после визита Службы качества подразделение ожидает только наказание, а в деятельности ничего не меняется (не улучшается).

Рассмотренный состав проблем в функционировании системы менеджмента качества после сертификации, конечно не является

исчерпывающим. Они являются первоочередными для анализа и решения руководством. Реальная польза организации при правильно организованной СМК:

Разработка документации СМК в итоге должна привести к тому, что бумаг станет меньше. В идеале – система документооборота станет автоматизированной и будет понятна не только делопроизводителю, но рядовому техническому специалисту.

Благодаря своевременно полученной информации о существующих проблемах и возможных рисках, генеральный директор получит уникальную базу для принятия новых нестандартных управленческих решений, направленных на оптимизацию производственных процессов предприятия

Не менее важным фактором успешного развития компании является внедрение новшеств, которые так или иначе помогают сохранить рыночные позиции предприятия.

В заключение следует отметить, что система менеджмента качества должна работать в первую очередь на благо предприятия и как всякая управленческая система должна в конечном итоге приносить прибыль.

Бизнес-разведка как институт инновационного развития предпринимательской деятельности

Р.А. Джумаева, Р.Г. Джумаев

(ФГБОУ ВПО "Казанский национальный исследовательский технологический университет", г. Казань)

Важнейшим фактором инновационного развития предпринимательской деятельности является технологическое обновление производственной базы на принципиально новом качественном уровне, научные исследования и реализация новых организационно-управленческих решений. Бизнес-разведка представляет собой институт, который позволяет повысить эффективность научных разработок и управленческих решений, способствует повышению

конкурентоспособности фирмы. Любое новшество, инновация всегда сопряжены с неопределенностью, а значит с риском.

Мировой опыт показывает, что у понятия бизнес-разведка нет устоявшегося определения. Вместе с понятием «бизнес-разведка» очень часто в специальной литературе употребляют такие словосочетания, как «конкурентная разведка», «маркетинговая разведка», «коммерческая разведка», деловая разведка, «корпоративная разведка», «аналитическая разведка», «коммерческий шпионаж» и т.д. Как правило, авторы рассматривают организацию и ведение специфической деятельности, разведывательной, благодаря которой все субъекты предпринимательства способны обеспечивать конкурентные отношения. Термин «бизнес-разведка» означает реализацию основной функции менеджмента-обеспечение топ-менеджеров необходимой информацией, позволяющей принимать оптимальное для конкретной ситуации управленческое решение.

Таким образом, бизнес-разведка (business intelligence) – это особый вид деятельности, который является важнейшим институтом реализации инновационного развития предпринимательской деятельности. Бизнес-разведка предполагает поиск и обработку информации, определение наличия у фирмы конкурентных преимуществ и как результат – принятие необходимых управленческих решений с целью повышения его конкурентоспособности [1].

Бизнес-разведка способна гораздо быстрее и эффективнее решать проблемы инновационного предпринимательства. Благодаря ей становится возможным избегание встречи с недобросовестными партнерами, поставщиками, конкурентами, предотвращать невыгодные для предпринимателя действия со стороны конкурентов, находить оптимальные решения в сложных ситуациях. Благодаря бизнес-разведке формируются благоприятные условия для деятельности фирмы. Именно институт бизнес-разведки помогает управляющей системе формировать знание о рыночной ситуации и устранять неопределенность экономического развития.

Бизнес-разведка предполагает постоянный мониторинг рынка товаров и услуг, прогноз возможных действий со стороны конкурентов и появление новых, прогноз создания и использования новых технологий, прогноз возможности наступления рисков, как политических, так и экономических.

В целях выживания в условиях жесткой конкурентной борьбы, весомое значение приобретает разведка возможного поведения конкурентов, изменений тенденций в развитии бизнеса, анализ опасностей и угроз, прогноз рисков. Поэтому бизнес-разведка выступает мощным инструментом для исследования особенностей инновационного развития предпринимательской деятельности.

Таким образом, для успешного развития инновационного предпринимательства актуальным и крайне необходимым становится возможность быстро адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды, предугадать возможные тенденции в будущем и формировать инновационные способы противостояния конкурентам, что и характеризует институт бизнес-разведки. Недооценка и недопонимание важности бизнес-разведки как правило приводит к потери конкурентных преимуществ или к потере всего бизнеса.

Бизнес-разведка как институт представлена во всех странах, где имеются рыночные отношения. Большая часть всемирно известных компаний, например, Microsoft, IBM, Intel, Ford и другие, имеют специализированные структуры, которые занимаются бизнес-разведкой. На международном уровне можно отметить следующие организации, которые занимаются бизнес-разведкой: SCIP – Общество профессионалов конкурентной разведки со штаб-квартирой в Вашингтоне; в Канаде это Competia; в России организовано общество профессионалов конкурентной разведки (РОПКР) и Сообщество Практиков Конкурентной Разведки (СПКР) [2].

Процесс институционализации бизнес-разведки для российской практики явление новое, а потому имеет свою специфику и серьезные проблемы. Российская система использования бизнес-разведки схожа с американской моделью, так как в бизнес-разведке России используются специалисты

выходцы из спецслужб, как в Америке. В Европе в бизнес-разведке больше работает специалистов выходцев из конкретного, успешного бизнеса.

На сегодняшний день в российском законодательстве нет специального закона, регламентирующего такую рода деятельность. Отдельные аспекты бизнес-разведки описаны в Гражданском кодексе Российской Федерации, в таких законах как: Закон «О средствах массовой информации», Закон «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» и др. Но данные законы и правовые акты не в полной мере отражают многообразие хозяйственной жизни, порой противоречат здравому смыслу и новым условиям и требованиям инновационной предпринимательской деятельности. Поэтому необходима разработка комплексной программы по использованию существующих у государства информационных ресурсов, придающих цивилизованный характер отношениям предпринимательства в нашей стране.

Так же следует отметить отсутствие открытости информационного поля, разрозненность компаний, которые занимаются бизнес-разведкой, сложности, связанные с подготовкой специалистов, не понимание российскими предпринимателями необходимости изучения бизнес среды и ведения информационно-аналитической работы на регулярной основе, а так же коррупция и бюрократические барьеры, которые делают порой невозможным получение достоверной информации, узкое понимание бизнес-разведки как средства обеспечения безопасности фирмы, отсутствие доступа к персональной информации, достаточно небольшое количество фирм или агентств, которые специализируются на предоставлении услуг в данной области.

По мнению специалистов по конкурентной разведке, на сегодняшний день доля предприятий, использующих возможности бизнес-разведки, составляет в Японии – 97-99%; в США – около 82%; в Великобритании – около 75%; в Германии – 65-68%; во Франции – 47-52%; в Испании – около 35%; в России – 7-9%; в Украине – 5-3%; в Казахстане – около 2,5-4% [3].

Серьезной проблемой в российской практике является включение специалистов по бизнес-разведке в систему высшего уровня управления, алгоритм организации новой структуры, определение ее функций и обязанностей, участие в разработке и принятии стратегических управленческих решений. Очень сложно оценить работу этой специфической службы в категориях прибыли и дохода. Сегодня российские предприниматели не владеют достаточным набором инструментов для эффективной организации сбора информации, ее обработки, моделировать и прогнозировать показатели результативности бизнеса, рационально использовать имеющиеся ресурсы. Институциональная среда бизнес-разведки весьма далека от совершенства и требует дальнейшей доработки.

Таким образом, бизнес-разведка призвана формировать и обеспечивать безопасность и защищенность инновационной предпринимательской деятельности, основываясь на том, что жизнедеятельность и жизнеспособность любого бизнеса находится в его собственных руках.

Литература

1. Доронин А.И. Бизнес-разведка. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Ось-89», 2010 – 704 с.
2. Лемке Г.Э. Коммерческая разведка для конкурентного превосходства. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011. – 352 с.
3. Обеспечение информационной безопасности бизнеса. / Под редакцией Курило А.П. - М. Изд-во. «Альпина», 2011.-564с.

Проблемы организации информационно-аналитической работы предпринимательской деятельности в России

Р.А.Джумаева, Р.Р.Закиров

(ФГБОУ ВПО "Казанский национальный исследовательский технологический университет", г. Казань)

Информационно-аналитическая работа в предпринимательской деятельности представляет собой сбор информации о конкурентах, бизнес-группах (поставщики, клиенты, партнеры, инвесторы, потребители), рынке (о тенденциях, состоянии конкуренции, барьеры, риски), об уровне конкурентоспособности, о политических группах, о средствах массовой информации, о населении и демографии, о новых технологиях и ресурсах и т.д.

Способ организации и эффективность функционирования информационно-аналитическая работа в предпринимательской деятельности зависит от рода деятельности и особенностей жизненного цикла предприятия.

Предметом изучения информационно-аналитической работы в предпринимательской деятельности являются информационные потоки, а главная целевая направленность – исследование информационного поля, правильное и грамотное толкование в обработанных данных и получение полной и достоверной информации для принятия эффективных управленческих решений [1].

Информационно-аналитическая работа объединяет два ключевых момента исследования: информационную и аналитическую. Основная суть разведывательной информационно-аналитической работы заключается в том, что информация дает знания, которые позволяют формировать принципиально новые знания, что в конечном итоге характеризует инновационную составляющую предпринимательских способностей.

Эффективность использования информационно-аналитической работы в условиях инновационного развития экономики в большей степени зависит не столько от технических возможностей и масштабов обработки

информационных потоков, сколько от четкой формулировки цели и задач и слаженного взаимодействия с заказчиками аналитического материала, а так же от качества специалистов-аналитиков. Мировой опыт давно доказал необходимость прямого включения аналитика в исследуемую область, что обязательно должно сопровождаться высоким доверием со стороны руководства предприятия и участвовать в процессе принятия решения.

Информационно-аналитическая работа подразумевает следующие этапы:

1. Четкое установление и понимание проблемы, разработка плана работы, в котором указывают сроки исполнения, непосредственных исполнителей, источники финансирования.

2. Формулировка используемых понятий и категорий.

3. Сбор данных.

4. Изучение и обработка данных.

5. Формулировка рабочей гипотезы (предположение о ключевых факторах, влияющих на рассматриваемую проблему).

6. Выводы, которые доказывают или опровергают выдвинутые рабочие гипотезы.

7. Составление итогового документа, в котором ясно, четко и грамотно описываются результаты проведенной работы по решению проблемы.

Серьезной проблемой в организации информационно-аналитической работы бизнес-разведки является накопление информации, которое трудно реализовать при отсутствии единого информационного поля предприятия.

Техническая сторона обеспечения информационно-аналитической работы в предпринимательской деятельности помимо наличия сетей связи, компьютеров, средств связей, подразумевает создание программной среды, использование автоматизированных систем обработки и хранения информации, создание по возможности собственного банка данных и проведения его мониторинга.

Сегодня можно смело говорить о процессе формирования информационного рынка, который призван осуществлять информационное

обслуживание субъектов хозяйствования. В России уже существуют организации, которые осуществляли информационно-аналитическую поддержку со стороны государственных структур и служб – это ВИНТИ, ИНИОН, МЦНТИ и др. Появились такие специализированные структуры как держатели массивов информации, охранные предприятия и их союзы, детективные агентства, независимые информационно-аналитические центры, работающие на коммерческой основе и различного рода холдинги. МРАЦ, осуществляет деятельность с информационными массивами Правительства Москвы, МИАЦ при Ассоциации российских банков, Координационно-методический Совет по информационно-аналитическому обеспечению управления предпринимательскими рисками и другие интегрированные информационно-аналитические структуры, которые объединяют общественные, государственные, коммерческие предприятия и организации [2].

Наиболее распространенным и развивающимся инструментом информационно-аналитической работы является внедрение автоматизированных информационных систем на предприятиях. Можно приобрести такие автоматизированные информационные системы как «Кнорус», «Галактика», «Лагуна», «Саиб», «Бинар».

Среди новинок в области использования технологических решений можно отметить: коммуникационные и традиционные технологии формирования адресно-справочных информационных продуктов (МБИТ); технология создания деловой сводки со структуризацией по семантическим критериям (БПЛ); технология предметно-ориентированной выборки и интеграции информации из открытых публикаций (СинС).

Еще один немаловажный аспект организации информационно-аналитической деятельности инновационного предпринимательства состоит в том, что в условиях глобализации получение конкурентной информации выходит за национальные рамки, возникает проблема, как получить информацию о зарубежных конкурентах в России и наоборот. Этот факт усугубляется тем, что в России отсутствует культура информационного

использования и хранения знаний, незнание существующей информационной инфраструктуры западных стран и отсутствия возможностей доступа к ней.

Для обеспечения информационной безопасности предприятия необходимо комплексное использование методов защиты информации, к ним относятся: препятствие (физическое преграждение доступа к информации), маскировка (использование криптографии), управление доступом (идентификация персонала, разрешения, регистрация), принуждение (обязательные требования к хранению информации), регламентация (четкое распределения последовательности работы с информацией). Вышеперечисленные методы обеспечения информационной безопасности предприятия предполагают разработку механизмов защиты информации с использованием следующих средств: физические, программные, аппаратные, криптографические, законодательные, этические и моральные. Отметим что физические средства защиты – это внешняя охрана помещений, территории, организация наблюдений, пропускной режим; аппаратные средства защиты – это электромеханические, электронные устройства; программные средства защиты – это системы управления базами данных, программные продукты защиты.

Литература

1. Доронин А.И. Бизнес-разведка. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Ось-89», 2010 – 704 с.
2. Обеспечение информационной безопасности бизнеса. / Под редакцией Курило А.П. - М. Изд-во. «Альпина», 2011. – 564с.

Новые направления развития музейного бизнеса

И.А. Дрок

(НОУ ВПО «Международный инновационный университет», г. Сочи)

Эффективность деятельности современного музея находится в прямой зависимости от того, насколько он, реализуя традиционные формы деятельности, дополняет их разнообразными методами вовлечения посетителей в активные формы социокультурного творчества, превращая музей в своеобразный центр духовной жизни местного населения.

Музеям необходимо адаптироваться к тем кардинальным изменениям, которые произошли в сфере культуры в целом, быть способными к предприимчивости и самостоятельности в добывании дополнительных средств к имеющемуся государственному или муниципальному финансированию.

Для успешного развития, в том числе финансового, эффективной конкуренции на рынке досуга и активного привлечения внимания туристов, создания дополнительных возможностей для образования, музеям необходимо использовать инновационные технологии управления и деловой активности. Сегодняшним музеям не обойтись без менеджмента и маркетинга, которые способствуют организации современного музейного дела и управлению музейной деятельностью и относятся к прикладному музееведению.

Музей представляет особое научно-культурное учреждение, которое выбирает и собирает природные и общественные объекты, являющиеся подлинными ценностями и использующиеся в научных и культурных целях. Учет музейных предметов и музейных коллекций осуществляется их собственниками или музеями и иными организациями, в оперативном управлении или пользовании которых они находятся, с использованием специальной учетной документации.

В отечественном и зарубежном музееведении в качестве основополагающих традиционно выделяют две исторически сложившиеся

функции, определяющие специфику музейной деятельности, место и роль музея в обществе и культуре – функцию документирования и функцию образования и воспитания.

Исследования показали, что во многих музеях сохраняется принцип единоначалия, основанное на том, что все растущее число директоров успешно сочетают в себе искусствоведческие и управленческие качества.

В качестве основных направлений совершенствования управления современным музеем предложена организация системной и качественной работы с официальным Интернет-сайтом музея. Определено, что в условиях массового вхождения Интернет-сети в жизнь людей, особенно – молодежи, необходимо обратить пристальное внимание на развитие официального Интернет-сайта музея, о его качественном наполнении, видео-ряде и его грамотном продвижении. Для чего предлагается оформить в штат соответствующего специалиста или заключить долгосрочный контракт с организацией, профессионально занимающейся продвижением и дизайном Интернет-сайтов.

Важнейшим направлением управления созданием музейного продукта должно стать обеспечение нахождения официального сайта музея на всех соответствующих порталах, каталогах, сайтах, таких, как сервер «Музеи России» и т.п. Это предоставит возможность большому числу россиян ознакомиться с уникальными достопримечательностями региона, которыми являются и музеи региона. Следовательно, Музеем истории города-курорта Сочи необходимо быть представленным как можно выгоднее на всех подобных серверах, открытых каталогах. При этом следить, чтобы информация своевременно обновлялась.

Кроме того, необходимо пойти дальше: музей должен быть представлен сайтах турфирм, санаториев и гостиниц, чтобы все гости курорта, в том числе потенциальные, могли узнать о музее, о его коллекциях и проходящих выставках.

В части повышения количества посетителей предлагается организация коммерческих выставок в зимний и осенний период для детей, а в летний период – для взрослых отдыхающих и гостей курорта. Кроме того, можно разработать более широкую линейку сувенирной продукции, и в зимнее время более мелкие и дешевые сувениры (календари, ручки, значки), а летнее время более дорогую (книги о городе).

Необходимо расширить количество заказчиков, для чего заключить договора о сотрудничестве не только с учебными заведениями города, но и с туристическими агентствами, санаториями, домами отдыха.

В условиях многонациональности города, совместно с национальными центрами можно разработать и провести мероприятия этнографической направленности. Угрозу снижения количества посещений из-за высокой стоимости билетов можно ликвидировать за счет заключения договоров на льготное обслуживание.

Развитие фандрайзинга как основного независимого источника доходов музея.

Рекламный бизнес в России: инновационные направления и перспективные развития

Г.В. Кондратюк

«ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», г. Казань)

В Российской Федерации активно и повсеместно внедряются новые инновационные рекламные технологии, придумываются различные способы и методы рекламирования, появляются рекламные сети и агентства по образцу тех, что функционируют на Западе. Кроме того, часто имеет место профессиональная раскрутка сайтов таких компаний, а все потому, что рекламный бизнес как никакой другой должен идти в ногу со временем [2, с.194].

Стоит отметить, что недостаточные навыки работы в сети Интернет среднестатистического отечественного пользователя и некоторая техническая отсталость каналов связи в определенной степени все еще тормозят развитие интернет рекламы как одного из наиболее перспективных направлений рекламного бизнеса. Тем не менее, сегодня уже четко прослеживаются тенденции по усовершенствованию линий связи, и в скором будущем вероятно многократное увеличение скорости соединения. На данный момент средняя скорость интернета в России приближается к отметке в 9 Мбит/с, что в 2,5 раза больше средней скорости интернета в мире. Так же крупнейшие операторы связи серьезно занимаются установкой базовых станций LTE, благодаря которым в скором времени огромное количество россиян сможет пользоваться высокоскоростным мобильным интернетом. Эти факторы, несомненно, позволят поместить рекламу в Интернете на новый, качественно более высокий уровень. Безусловно, баннерная и контекстная реклама сайтов уже сейчас широко используются в России. Особенно интересна контекстная интернет-реклама сайтов, чей отличительной особенностью является наличие ремаркетинга – функции, позволяющей обращаться к пользователям, которые раньше уже заходили на данный сайт [5]. Однако отечественные специалисты по интернет рекламе стараются осваивать новые технологии, внедрять более утонченные и изощренные методы и схемы при разработке и планировании рекламных кампаний. Особенно интересны такие технологии как «Adverso» и «ScreenGlide». Формат баннеров, создаваемых на данных платформах, сопоставим с параметром оффлайн-рекламы. Так же такие баннеры могут приобретать любую форму и больше напоминают рекламный блок телевидения. Такой подход позволяет работать именно с целевой аудиторией, а значит добиваться лучших результатов, получать значительно больший эффект при комплексном подходе к рекламированию товаров и услуг и продвижению торговых марок на рынке.

Главная задача интернет рекламы, как и любого другого рекламного инструмента – воздействовать на целевую аудиторию, на тех клиентов

и потребителей, которые потенциально могут стать заказчиками и покупателями предлагаемого продукта. Последние достижения в программировании сайтов, развитие интернет маркетинга, проведение качественных рекламных интернет кампаний позволяют уже сегодня справляться с этой задачей с минимальной погрешностью. Разработка сайтов, наполнение их контентом ведется в тесном сотрудничестве разработчиков и специалистов по рекламе, чтобы затем преуспеть в осуществлении планов по продвижению рекламируемых ресурсов в Интернет. Так что при существующих темпах развития данного сектора рекламного бизнеса интернет-реклама в обозримом будущем займет ведущую позицию на рынке рекламных услуг. И произойдет это гораздо быстрее, чем многие могут ожидать.

Литература

1. Гершман М. А. Инновационный менеджмент. – М.: Маркет ДС, 2009.
2. Травин В.В., Дятлов В.А. Инновационный менеджмент: учебно-практическое пособие. – М.: Дело, 2010.
3. Управление организацией: учебник / под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – М.: ИНФРАМ, 2011.
4. Щекин Г.В. Социальная теория и кадровая политика. - К.: МАУП, 2010.
5. Щекин Г.В. Менеджмент // Интернет ресурс: lib.rus.com.

Маркетинговый анализ рынка платных образовательных услуг творческой направленности

О.В. Михасева, Е.Н. Новикова

(Казанский филиал ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»,
г. Казань)

В последнее время отмечается увеличение спроса на рынке услуг творческой направленности. Соответственно растет предложение со стороны конкурирующих организаций художественного профиля. Объектом нашего

исследования стало КХУ им. Фешина. В рамках научного исследования были сформулированы следующие цели:

1. Выявить потребительские предпочтения, мотивацию и факторы принятия решения о приобретении платной образовательной услуги творческой направленности.

2. Определить узнаваемость имени Казанского художественного училища им. Н. И. Фешина среди других образовательных учреждений на изучаемых рынках.

3. Определить круг конкурирующих образовательных учреждений, которые предлагают аналогичные платные образовательные услуги.

4. Определить эффективность работы коммуникационных каналов, информирующих о дополнительных платных образовательных услугах данного училища.

5. Выявить и определить сегменты рынка, рыночные окна и ниши.

6. Выявить преимущества Казанского художественного училища и оказываемых им образовательных услуг в области художественного творчества.

7. Разработать предложения для выявленных сегментов рынка и предложения дальнейшего усовершенствования образовательных услуг училища.

В результате проведенного исследования были определены основные конкуренты училища: Мастер-классы Мили Нуруллиной для взрослых (рисование маслом), МБОУ ДОД «Детская художественная школа №1», Художественная школа творчества для взрослых «Акварель». Выявлены их сильные и слабые стороны.

Проведенный нами опрос среди потенциальных и существующих потребителей образовательных услуг выявил большое количество желающих, раскрыть свой творческий потенциал и научиться рисовать (77%). Однако, отмечается низкая степень осведомленности потенциальных клиентов о существовании подобных курсов в КХУ им. Фешина (39%). Наиболее привлекательными направлениями творческой деятельности, по мнению

респондентов, являются рисование и живопись красками (25% и 39% соответственно). Источниками получения информации о существовании платных курсов стали отзывы друзей, коллег (77%). Основными критериями выбора образовательного учреждения для получения дополнительного образования являются отзывы друзей и знакомых и преподавательский состав (43% и 38%).

Нами также была проведена сегментация потенциальных потребителей по географическим, демографическим, поведенческим и психографическим критериям.

Позиционирование платных образовательных услуг для взрослых основано на стратегии выделения конкурентных преимуществ КХУ им. Фешина и важных мотивационных потребительских факторов, выявленных в ходе опроса. Дополнительные платные образовательные услуги для взрослых: курсы живописи, курсы рисунка, курсы компьютерной графики. Групповые занятия проводятся на базе училища в оборудованных для творческой деятельности мастерских и компьютерном классе. Высокое качество оказываемых услуг формируется посредством работы высококвалифицированных преподавателей, использующих современные методики обучения и апробированные учебные программы. Занятия проводятся в удобное для клиентов время (по вечерам с 18.00 до 21.00, по субботам с 14.00 до 17.00). Осуществляется консультирование выполненных самостоятельно слушателем творческих работ, беседы и консультирование по всем направлениям творчества, которым интересуется клиент.

Кадровый педагогический состав училища имеет высокую квалификацию. В основном это члены СХ РТ, РФ, заслуженные деятели искусств и культуры, действующие и работающие художники.

Преподавателей курсов отличает компетентность, тактичность и уважительное отношение, надежность (заслуживают доверия), ответственность, коммуникабельность. Создается атмосфера доверия: «человек

далекий от художественной среды чувствует себя не дилетантом, на которого смотрят снисходительно, а только студентом, у которого все впереди».

Использование элементов CRM – маркетинга: поддержание контактов с постоянными слушателями курсов посредством общения через e-mail, телефон, информировании о курсах, бесплатного консультирования самостоятельных творческих работ, участие в творческом развитии слушателей.

Для каждого сегмента были предложены рекомендации по освоению и внедрению маркетингового комплекса. Таким образом, цели, поставленные в исследовании достигнуты. Рекомендации, предложенные организации, приняты к внедрению и будут способствовать увеличению спроса на платные услуги КХУ.

Литература

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2008. – 480с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656с.
3. <http://kazanartschool.ru/index.php/ru/>
4. <http://www.manera.ru/>
5. http://vk.com/mil_art

Достижение конкурентных преимуществ и повышение эффективности компаний на международном рынке

М.А. Мосунова, С.М. Луговнина

(ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет», г. Йошкар-Ола)

Рост компетенции, лежащей в основе конкурентного преимущества фирмы, во многом зависит от ее способности воспринимать новые навыки и знания в области производства и менеджмента. Наиболее быстро "генерирующие" новую информацию компании оказываются более

конкурентоспособными. В то же время помимо создания нового знания внутри организационных рамок самой фирмы существует возможность получать информацию от других участников рынка. Движимые конкуренцией на международных рынках фирмы создают интегрированные структуры бизнеса, в том числе с целью совершенствования совокупности своих знаний и опыта, как актива, имеющего большее значение для результатов деятельности, чем даже запатентованная технология.

Развитие партнерских отношений между иностранными и местными фирмами может рассматриваться как жизненно важная функция организации, направленная на достижение конкурентных преимуществ. Это хорошо видно на практике.

По утверждению совета директоров американской машиностроительной компании Caterpillar, в основе успешного противостояния основному конкуренту, японской фирме Komatsu, лежат тесные партнерские отношения со 186 независимыми дилерами, обслуживающими по всему миру машины и дизельные моторы, произведенные Caterpillar. При этом дилеры используются как источники информации по рынкам, агенты, консультанты, имеют полномочия решать на месте многие из возникающих проблем. Такие дилеры, играют жизненно важную роль почти в любом аспекте этого бизнеса, в том числе в проектировании продукции и поставке и обслуживании.

Чтобы увеличить свои знания и опыт, компании, зачастую вступают в тесное организационное сотрудничество с конкурентами. Поглощение конкурента в ходе экспансии МНК является распространенным способом достижения конкурентного преимущества. Более специфическим является сотрудничество с конкурентом на мировых рынках, вплоть до создания МСА.

В рамках МСА международная компания получает возможность использовать знания и опыт своего партнера-конкурента путем их интеграции и внедрения для достижения некоторых общих целей. Одновременно посредством создания МСА потенциальная или существующая конкуренция для конкретной фирмы может быть ослаблена или даже устранена.

В большинстве случаев сотрудничество с конкурентом является защитной мерой. Вместе с тем альянс может быть создан и в наступательном духе.

Одним из мотивов соглашения о производстве и сбыте серии дешевых моделей автомобилей, заключенного между японской Mitsubishi Motors и южнокорейской Hyundai Motors, было предотвращение возможного подобного соглашения между конкурентами. Сходным образом меры заградительного характера, предпринятые американской администрацией против японской автомобильной экспансии на рынок США, явились одной из причин организации совместного предприятия компаниями General Motors и Toyota.

Рационализация международного производства предполагает, что определенные компоненты не производятся больше чем в двух местах с разными затратами, а переносятся туда, где издержки ниже. Но здесь есть еще и дополнительное преимущество. Так как объем производства в более благоприятном месте теперь выше, дальнейшее снижение средней стоимости единицы продукции может быть достигнуто за счет "эффекта масштаба" - повышения эффективности по мере расширения производства, которое выражается в снижении средних затрат при увеличении объема выпуска.

Снижению затрат способствуют также уход от дублирования инвестиций и затрат на НИОКР, распространение и обмен технологиями и ноу-хау, открытие благоприятных сырьевых рынков, международное разделение труда, возможности финансового и налогового планирования с учетом особенностей функционирования финансовых рынков и государственной экономической политики в различных странах.

Объединение ресурсов с конкурентами в рамках стратегии сотрудничества является одним из средств для достижения фирмами необходимого масштаба деятельности. Распространение получили альянсы в области НИОКР в высокотехнологичных отраслях: являясь механизмом разделения затрат между партнерами, они позволяют фирмам осуществлять необходимые инновации. Характерно, что для проведения масштабных НИОКР фирмы предпочитают создавать совместные предприятия, а не заключать

функциональные соглашения. Совместному предприятию, как организационной форме, отдается предпочтение, поскольку она облегчает обмен информацией и обеспечивает повседневную координацию.

Примером такого сотрудничества является альянс General Electric и Snecma - американского и французского производителей, объединивших некоторые свои ресурсы, производственный опыт и навыки для выполнения НИОКР в целях разработки нового поколения двигателей для реактивных самолетов.

Фирма, создающая МСА с производителями комплектующих для своих изделий, имеет ряд преимуществ:

1. удается избежать свойственного крупному бизнесу организационного разбукхания;
2. не нужно переучивать рабочих и вносить тысячи изменений в процедуры управления и организации внедрения новой технологии;
3. сокращаются издержки адаптации к изменениям, вызванным научно-техническим прогрессом.

Современные высокотехнологичные отрасли отличает удорожание средств производства, рост затрат на НИОКР, разработку торговой марки, развитие сбытовой сети продаж. Высокие постоянные издержки требуют расширения объемов производства для того, чтобы максимизировать прибыли и сократить срок окупаемости инвестиций. При этом можно создать альянсы, особенность которых заключается в том, что каждая из фирм-партнеров выполняет взаимодополняющие функции. Примером этого может служить совместное предприятие немецкой химической компании BASF и американской Dow Chemical. BASF полагался на Dow Chemical в дистрибуции своей собственной технологии на американском рынке, в то время как для Dow Chemical совместное предприятие было средством сокращения затрат на НИОКР.

Литература

1. Международный менеджмент/Под ред. Пивоварова С.Э., Тарасевича Л.С., Майзеля А.И. –СПб: Питер, 2001. –576с.:ил. – (Серия «Учебники для вузов»).
2. Международный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс по дисциплине для студ. спец . 080507 «Менеджмент организации» и напр. Бакалавриата 080200.62 «Менеджмент», профиль «Производственный менеджмент» оч. и заоч. форм обуч.: самост. учеб. электрон. изд. / Сыкт. лесн. ин-т; сост.: Л.З. Сандригайло, Н. В. Белозёрова. –Электрон. дан. – Сыктывкар: СЛИ, 2012. – Режим доступа:<http://lib.sfi.komi.com>. – Загл. с экрана
3. Журнал "Менеджмент и бизнес-администрирование" №4 / 2014
4. Аналитический журнал «Финансовая жизнь» №3/2014, №1/2015

Инновационные технологии корпоративного обучения персонала каналов продаж на примере компании АО «СМАРТС-КАЗАНЬ»

В.Е. Савин

(ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Казань)

Корпоративное обучение – целенаправленный процесс изменения сознания и поведения персонала путем передачи ему профессиональных и общих знаний, формирования компетенций и установок для преодоления разрыва между имеющимися способностями работников с одной стороны и предъявляемыми к ним требованиями организации – с другой. Корпоративное обучение – это постоянный процесс изменений в системе знаний, умений, навыков работников.

До последнего времени многие российские компании недооценивали важность инвестиций в человеческий капитал, предпочитая тратить бюджет на научно-технические разработки, производственную базу, капитальное строительство и т.д. Однако в последние годы наметилась тенденция на переориентацию топ-менеджмента компаний в сторону увеличения

выделяемых средств на развитие сотрудников – сюда включается обучение, мотивация, постоянная подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала. Как показывает практический опыт, подобные вложения имеют долгосрочный характер, положительно сказываясь на лояльности сотрудников и их желании приносить пользу компании.

Важным объектом системы корпоративного обучения в любой современной компании является обучение и постоянный контроль знаний персонала каналов продаж – «фронтлайн» любой организации. Рассмотрим процесс построения динамичной системы корпоративного обучения каналов продаж на примере АО «СМАРТС-Казань» (сфера телекоммуникаций).

Компания АО «СМАРТС-Казань» – бывший татарстанский филиал самарского мобильного оператора ОАО «СМАРТС», одного из крупнейших поставщиков услуг мобильной связи в Поволжском регионе. В 2013 году компания АО «СМАРТС-Казань» была выкуплена и вошла в состав крупнейшего телекоммуникационного оператора Республики Татарстан ОАО «Таттелеком». В группе компаний «Таттелеком» АО «СМАРТС-Казань» отвечает за реализацию продажи услуг и обслуживания технологической инфраструктуры мобильной связи под брендом «Летай. Мобильная связь».

До 2013 года организационная структура компании не предусматривала наличие обучающего подразделения, функции были распределены между отделом персонала и отделом продаж. Таким образом, не было четко выстроенной системы обучения и обновления знаний продавцов-консультантов, что в совокупности с проблемой локации торговых точек по всей республике привело к низкому уровню подготовки консультантов.

С целью решения возникшей проблемы в штатное расписание была включена должность тренинг-менеджера (одна единица в Казанской зоне, одна – в Набережно-Челнинской), отвечающего за процесс обучения и контроля знаний консультантов. Также в функционал тренинг-менеджера было входило обучение услугам мобильной связи каналов продаж в рамках всей группы компаний «Таттелеком» (61 торговая точка по всей республике).

Обучающий процесс был четко структурирован, выделены целевые группы (офисы продаж и обслуживания, контакт-центр, отдел телемаркетинга, корпоративный рынок, дилерские торговые точки) и, в соответствии с этим, сформированы обучающие материалы (услуги и тарифы, техника продаж (3 модуля), клиентоориентированный сервис) и разработаны индикаторы оценки уровня знаний.

Проблема географической удаленности торговых точек и высокие логистические издержки (специалистам приходилось выезжать на дальние расстояния, затрачивая большое количество топлива) была решена внедрением дистанционного обучения посредством электронного портала на платформе Веб-тьютор – сотрудники группы компаний «Таттелеком» имеют доступ с рабочих персональных компьютеров к базе знаний по всем услугам компании, полезной литературе, онлайн-курсам и тестам. Для сотрудников дилерской сети, не имеющих доступ к сетевой инфраструктуре ОАО «Таттелеком», была использована технология облачного хранилища компании Mail.ru – бесплатный сервис, позволяющий размещать большие объемы информации на виртуальном жестком диске. Авторизация происходит по логину и паролю – пользователь получает доступ к информации, может редактировать ее и отправлять другим пользователям. Как показала практика подобное решение стало отличной альтернативой платным обучающим порталам – каждый консультант получает доступ к «облаку», изучает размещенную там базу знаний и получает последние новости компании. Удобство подобной технологии также в том, что можно скачать хранилище себя на смартфон или планшет в виде приложения.

Контроль знаний осуществляется удаленно (через дистанционное тестирование) и через «полевой» мониторинг – выделены зоны присутствия и периодичность объезда: каждый консультант проходит как минимум два тестирования в неделю. В компании установлена нижняя граница уровня знаний – не менее 85 % положительных ответов на вопросы тестов, иначе сотрудник признается не готовым к обслуживанию клиентов (в случае с дилерскими точками – накладывается штраф). Подобная система мониторинга

знаний показала себя эффективной – за 2014 год средний балл прохождения аттестации вырос с 72, 5 до 84 %.

Положительными результатами внедрения системы обучения каналов продаж также являются – снижение текучести консультантов, снижение количества негативных отзывов клиентов.

**Контекстная реклама:
динамика развития и инструменты реализации**

С.Р. Сафина, А.Д. Кузнецова

(ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань)

Контекстная реклама – тип рекламы в интернете, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет – страницы. Контекстная реклама – реклама, соответствующая текущим интересам пользователя. Интерес определяется тем, что пользователь ищет или недавно искал в поисковой системе, либо содержанием просматриваемых им страниц. Рекламодатель сам задаёт набор ключевых слов, по которым будет показываться его объявление. Оно может показываться на поиске – в ответ на запрос, содержащий ключевые слова, – или на тематических сайтах.

Преимущества контекстной рекламы:

- 1) действует избирательно;
- 2) отображается посетителям интернет – страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает с тематикой рекламируемого товара;
- 3) повышает вероятность их отклика на рекламу.

Наиболее популярными системами по размещению контекстной рекламы являются: Google AdWords, Яндекс – Директ, Яндекс-Маркет, Бегун.

Динамика развития рынка контекстной рекламы

Рынок контекстной рекламы в России в 2013 г., по оценке сервиса eLama.ru, вырос на 44% и составил 44,3 млрд. руб. или \$1,4 млрд. Контекстная

реклама по-прежнему остается самым быстрорастущим сегментом маркетинговых коммуникаций в России. Для сравнения, рынок интернет-коммуникаций показал рост на 35%; объем рынка медийной рекламы в 2013 г. вырос на 17%. По оценке аналитиков eLama.ru основную долю рынка (67,9%) по-прежнему занимает Яндекс.Директ, доля Бегуна сейчас составляет около 2,5%, а Google AdWords занимает 27,6% рынка. По сравнению с прошлым годом, структура распределения игроков практически не изменилась. Бегун в 2013 г. уменьшил обороты, уступив их Яндекс.Директу и Google AdWords.

Контекстная реклама хорошо воспринимается аудиторией. По данным Яндекс.Директа, каждый день в среднем 14% пользователей, видевших контекстные объявления на поиске Яндекса, переходили по ним. По данным исследований, из всех видов интернет - рекламы контекстная реклама меньше всего раздражает пользователей. В ответ на вопрос «В каком формате вы предпочитаете получать рекламные сообщения онлайн?» 42% опрошенных выбрали контекстную рекламу в результатах поиска. Для сравнения – баннерную рекламу указали лишь 26% респондентов.

Для создания контекстной рекламы необходимо пройти 5 этапов:

- 1) Создание и настройка аккаунта.
- 2) Настройки рекламной кампании.
- 3) Подбор ключевых слов.
- 4) Составление объявлений.
- 5) Объявление ставок.

Приведем пример настройки рекламной кампании на примере компании «Агро40» Калужской области. Компания занимается проектированием и строительством промышленных теплиц и имеет собственное агрохозяйство по выращиванию и хранению пшеницы. Помимо основных видов деятельности в компании имеется необходимый парк техники для расчистки территорий от деревьев и кустов – это отдельное направление деятельности «Агро40». В ассортименте услуг компании валка леса, расчистка заросших полей, подготовка строительных площадок, ландшафтные работы и т.д.

Перейдем к созданию контекстной рекламы:

1. Настройка аккаунта. Заходим на direct.yandex.ru и нажимаем на кнопку «Дать объявление». Проходим регистрацию. Заполняем свои данные, после чего попадаем на страницу выбора интерфейса. Выбираем профессиональный интерфейс и приступаем к использованию сервиса.

2. Настройки рекламной кампании. Вводим название кампании и далее нажимаем на кнопку «Настроить» напротив «Уведомления». Во всплывающем окне убираем галочки напротив уведомлений о смене позиций и готовности отчетов. Далее выставаем настройки временного таргетинга. Если у компании есть четко определенное время работы, и основные контакты с клиентами осуществляются по телефону, то лучше ограничить показа объявлений рамками рабочего времени, а не показывать их круглосуточно. Теперь выставаем регион показа нашего объявления: Нажимаем кнопку «Дальше» внизу страницы и переходим на страницу составления объявления.

3. Подбор ключевых слов. Одним из самых простых и доступных способов подобрать ключевые слова является использование сервиса wordstat.yandex.ru. Выписываем наименования конкретных услуг: валка леса, корчевание пней, ландшафтные работы, подготовка почвы к посеву, расчистка полей, организация дорог, вырубка деревьев, вырубка кустарника, вырубка леса. Для запуска первых объявлений этого вполне достаточно.

4. Составление объявлений. Под каждый ключевой запрос напишем отдельное объявление, потому что в нем должно содержаться максимальное повторение ключевого слова. Также необходимо использовать UTM-метки для отслеживания конверсии по каждому ключевому слову.

5. Объявление ставок. Нажимаем «Дальше» и переходим на страницу редактирования ставок. Лучше назначать ставки через дополнительные настройки, для этого нажимаем на кнопку «Дополнительно» в правом верхнем углу. Во всплывающем окне выставаем следующие настройки: Вход в спецразмещение + 10% от цены. Назначаем максимальную ставку, которую мы готовы платить за 1 посетителя (например, 100 р.).

Теперь рекламную кампанию отправляем на модерацию (на целевой странице используем «политика конфиденциальности»). Последний шаг: Принимаем договор оферты и переходим к оплате кампании. Далее повторяем действия с добавлением объявлений и отправкой их на модерацию. Рекламная кампания готова.

Внешнеторговые отношения России и Вьетнама

О. В. Смирнова, С. М. Луговнина

(ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола)

Одним из самых близких партнеров России в Юго-Восточной Азии уже более полувека является Вьетнам. Началом российско-вьетнамских отношений считают 1950 год, когда Москвой было признано правительство Вьетмина, организации, созданной для борьбы за независимость Вьетнама от Франции и Японии. В 1959 году между Вьетнамом и Россией началось энергетическое сотрудничество, а уже в 1981 году было создано первое российско-вьетнамское предприятие «Вьетсовпетро» по добыче нефти. До 1991 года лидирующее место в экономическом сотрудничестве стран занимала торговля: на долю СССР приходилось около 70% объема внешней торговли Вьетнама. Давнюю историю имеет так же и российская военная помощь Вьетнаму. Так же с 1951 года началось обучение вьетнамских граждан в вузах СССР, которые до сих пор принимают студентов из этой страны в достаточно больших количествах. Очень важную роль в развитии российско-вьетнамских отношений имела поездка главы Российской Федерации В. В. Путина в Ханой в марте 2001 года, что положило конец постсоветской паузе во взаимоотношениях между странами. А не так давно Россия предложила вступить Вьетнаму в Таможенный союз [1].

Существует несколько причин сближения нашего государства и Вьетнама. Во-первых, у вьетнамцев относительно России нет каких-либо предубеждений,

которые связаны с историческим прошлым, чего нельзя сказать о ряде других государств [2]. Во-вторых, многие вьетнамские граждане, в том числе и крупные руководители вьетнамских компаний, получили образование в России и СССР. А вьетнамцам свойственно уважение к учителям и месту, где они обучались. В-третьих, Вьетнам сильно зависим от технического содействия нашей страны в военно-технической сфере [3, с. 193]. За годы сотрудничества стран сформировалась крепкая база российско-вьетнамского взаимодействия и была создана благоприятная почва для работы, как по традиционным, так и по новым направлениям взаимодействия. Безусловно, Вьетнам считает Россию своим союзником и партнером на международной арене, ведь обе страны имеют сходные взгляды на многие проблемы современности, и, видимо, это положение также сохранится в будущем.

Наиболее успешными из направлений экономического сотрудничества являются добыча и переработка морепродуктов, добыча нефти, строительство энергетических мощностей, резинотехническая промышленность, а так же экспортно-импортные операции. В России находятся почти 300 вьетнамских компаний, основной сферой деятельности которых являются пищевая промышленность, производство строительных материалов, торговля. Традиционно Россией во Вьетнаме закупается продукция аграрного сектора: рис, чай, кофе, морепродукты, овощи, фрукты, а так же продукты их переработки. Весомую часть закупок составляют некоторые виды обуви и одежды. В настоящее время набирает силу увеличение поступления вьетнамских машин и оборудования на российский рынок [4]. В настоящее время экспертами России и Вьетнама ведется обсуждение о возможности заключения двустороннего преференциального соглашения о беспошлинной торговле некоторыми товарами.

Основными причинами, сдерживающими торговые связи, являются:

- 1) Неудобство и неэффективность действующей системы взаиморасчетов;
- 2) Ограниченность финансовых возможностей партнеров при определенных сложностях с кредитованием сделок для обеих сторон;

- 3) Затруднения при сертификации товаров при таможенном оформлении;
- 4) Дороговизна транспортных перевозок и высокие таможенные барьеры и налоги и др.

Так же имеются претензии и к качеству продукции; практически отсутствует взаимное исследование рынка и продвижение и реклама товаров, без чего наращивание экспорта на российский рынок практически невозможно, так как он отличается присутствием высокой конкуренции. Проблемой являются и цены на вьетнамские товары, которые оказываются совершенно неконкурентоспособными по сравнению, с товарами, поступающими, например, из Китая. Не стоит исключать из списка проблем и тот факт, что бизнесмены, заключающие сделки, зачастую не знакомы с местным законодательством и часто допускают ошибки при составлении контрактов [5, с. 196-198].

В настоящее время Россия и Вьетнам развивают взаимовыгодное сотрудничество. Об этом можно судить исходя, например, из существования совместного предприятия "Вьетсовпетро". Благодаря помощи Россией Вьетнаму, эта страна стала выгодным и достойным стратегическим азиатским партнером России.

Литература

- 1) Russia Strengthens Ties With Vietnam [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.forbes.com/sites/stratfor/2013/12/12/russia-strengthens-ties-with-vietnam/> (Дата обращения: 12.03.15)
- 2) Данилин, А. В. Методологические аспекты внешней торговли / А.В. Данилин // Внешнеэкономический бюллетень. – 2006. - №7. – с. 26-33
- 3) Покровская, В. В. Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности: учебник / В. В. Покровская. – М.: Феникс, 2005. – 512с.
- 4) Нгуен Тхи Кам Лан. Развитие внешнеэкономических связей Вьетнама и перспективы сотрудничества с Россией / Нгуен Тхи Кам Лан // Российский внешнеэкономический вестник. – 2012. - №1. – с. 89-100

5) Булатов, А. С. Внешняя торговля России: тенденции и перспективы развития / А. С. Булатов. – М.: Экономистъ, 2007. – 423с.

**Разработка маркетинговых решений
для организации клубной индустрии**

И.В. Яновский, О.С. Грозова

(ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола)

Клубный бизнес является динамично развивающейся и, в то же время, специфической сферой деятельности. Высокодоходный целевой сегмент организаций клубного бизнеса представлен ограниченной аудиторией, потребности которой крайне пластичны. Рынок услуг клубного бизнеса характеризуется высокой конкуренцией, существенно обострившейся в связи с ухудшением макроэкономической обстановки. Вышесказанное определяет актуальность разработки маркетинговых решений для организаций клубного бизнеса.

Объектом исследования является ООО «Технология кафе» («ПАПА БАР») – организация клубной индустрии г. Йошкар-Ола. В 2014 г. была произведена реконструкция клуба, он открылся в новом формате под названием «ПАПА БАР». В течение первого года после реконструкции количество посетителей клуба росло, но меньшими темпами, чем планировалось. В качестве причин этого можно назвать и дестабилизацию макроэкономической обстановки, и недостаточно качественное обслуживание. В этой связи организации необходимы эффективные маркетинговые решения, направленные на обеспечение устойчивого развития и совершенствование обслуживания потребителей.

Интегральной целью проектирования маркетинговых решений для организации клубной индустрии является обеспечение повышения качества и количества продаж при наибольшем привлечении посетителей. Исходным

этапом проектирования маркетинговых решений является определение целевых сегментов бизнеса, выявление и анализ их потребностей [1]. Особенностью клубного бизнеса является предъявление специфического спроса со стороны целевого сегмента, в который входят молодые люди: мужчины с высоким уровнем дохода и девушки до 30 лет, ведущие активный образ жизни и имеющие средний или высокий уровень дохода. Спецификой спроса на услуги клубной индустрии является его пластичность, ориентация на модные тенденции, высокая частота изменения запросов потребителей. Спрос на услуги клубной индустрии смещен к категории демонстративного потребления. Целевой аудитории важно достижение особого социального положения, которое приобретается при посещении статусных заведений. В этой связи для организации клубной индустрии крайне важно непрерывное развитие и обновление концепции, уникальное позиционирование и эффективные инструменты PR для формирования имиджа.

В качестве основных элементов позиционирования «ПАПА БАР» рекомендовано формирование уютного интерьера в стиле «лаундж» с расстановкой акцентов (стильных и создающих уют деталей), располагающего к приятному отдыху и общению; создание особой атмосферы с помощью музыкального формата, тематических вечеринок, выступления ди-джеев и коллективов исполнителей; уникальной коктейльной карты и кухни в стиле «Fusion»; внедрение уникальной культуры обслуживания и программы лояльности. Результаты позиционирования взяты за основу при проектировании информативной рекламы клуба, которая направлена на ознакомление потенциальных посетителей с его концепцией, атмосферой и прочими особенностями. Разработанный в ходе исследования проект новой культуры обслуживания посетителей «ПАПА БАР» основан на принципах безопасности и экологозффективности, эстетике интерьера и создании комфортных условий для посетителей, разработке и доведении до персонала правил и норм обслуживания, обучении персонала техническим навыкам и приемам подачи блюд и сервировки стола.

Инновационно-ориентированный маркетинг ночного клуба требует непрерывного мониторинга внешней среды, поиска новых инструментов и технологий обслуживания посетителей и непрерывного изучения актуальных тенденций в сфере клубной индустрии. Для действительной реализации такого подхода необходимы организационные механизмы, в частности, закрепление указанных функций за конкретным должностным лицом или подразделением. Рассматриваемой организации рекомендовано закрепление функций маркетинговых исследований и мониторинга внешней среды за арт-директором.

Проведенное исследование позволило сформировать следующие рекомендации в области маркетинговых решений для организации клубной индустрии «ПАПА БАР»:

1) конкретизировать позиционирование клуба как модного и статусного заведения, с элементами лаундж-кафе, главными достоинствами которого являются особая атмосфера для отдыха и развлечений, уникальный интерьер, коктейльное и основное меню, проведение имиджевых мероприятий;

2) совершенствование культуры обслуживания потребителей;

3) внедрение программы лояльности клиентов, основными элементами которой должны стать клубные, бонусные или скидочные карты, VIP-обслуживание и посещение закрытых мероприятий;

4) усиление комплекса продвижения клуба, в частности:

а) организация рекламы на билбордах на центральных улицах города, размещение указателей и применение инструментов вирусного маркетинга;

б) создание web-сайта, группы «ВКонтакте» и прочих социальных сервисах для осуществления прямой и обратной связи с клиентами.

Резюмируя, отметим, что в основе успеха организации клубной индустрии лежит емкая и кропотливая работа в области проектирования маркетинговых решений. Крайне важным является рациональное позиционирование организации в целевом сегменте, формирование имиджа и культуры обслуживания потребителей. Немаловажным фактором является гибкость

и актуальность ценовых решений, рациональное управление ассортиментом продукции клуба. Пластичность потребностей целевого сегмента организаций клубной индустрии обуславливает необходимость проведения маркетинговых исследований, тщательного мониторинга среды деятельности организации и грамотного управления коммуникациями с потребителями.

Литература

1. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учеб. / Дж. Боуэн, Ф. Котлер, Дж. Мейкенз. – М.: «Юнити-Дана», 2007. – С. 23.

СЕКЦИЯ 3. СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Состояние и тенденции развития современного рекламного рынка

А.Ю. Баталова

(ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань)

Современный рынок характеризуется широким ассортиментом конкурирующих товаров, и маркетинговые коммуникации становятся все более значимой сферой в деловой среде.

Одним из факторов высокой динамики развития российского рекламного рынка является Олимпиада, проводившаяся в 2014 году. Значительные денежные вливания, наряду с притоком туристов и спортсменов, стимулировали рекламную деятельность различных Российских компаний.

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)[4] сообщила, что за девять месяцев 2014 года российский рекламный рынок вырос на 5%.

В июле 2014 года был принят ряд законодательных инициатив, которые могут существенно повлиять на российский рекламный рынок. С 2015 года снимается ограничение на долю рынка (для одного продавца ТВ рекламы

не более 35%). Отмена порога доминирования на рынке ТВ рекламы приведет к монополизации ТВ рынка.

Тем не менее, на Российском медийном рынке уже существует проблема пропорциональности рыночных игроков.

Комиссия экспертов АКАР [4] подвела итоги развития рекламного рынка России за 2014 год. Суммарный объем рекламы составил около 242 млрд. руб., что на 5% больше, чем за аналогичный период предыдущего года.

Таким образом, по своей нынешней структуре рекламный рынок России близок к точке насыщения. Но это не является чем-то ненормальным – почти все рынки на первом этапе работают с богатыми клиентами, а когда достигают предела – меняются.

Нужно заметить, что никакие международные обострения не смогут остановить такую мощную тенденцию, как глобализация бизнеса. Сегодня насчитывается примерно 70 тыс. ТНК, и многие из них превосходят по экономическому обороту крупные страны. Они решающим образом воздействуют на работу международных институтов.

Основным фактором, определяющим дальнейшее развитие мирового рекламного рынка, является усовершенствование и разработка новых технологий. Сегодня происходит слияние сети Internet с традиционными СМИ и элементами комплекса маркетинговых коммуникаций, которое расширяет аудиторию глобальной сети.

Некоммерческое партнерство IAB Russia провело исследование, в ходе которого выявили ключевые тенденции рынка интернет-рекламы на 2014 год. Авторы провели анкетирование 187 рекламодателей, выделяющих не менее 1 млн рублей в месяц на интернет-рекламу.

Вопреки прогнозам, отечественные компании продолжают вкладываться в телевидение. Привлекательность радио заметно упала, пресса также демонстрирует отрицательную динамику. Мобильная реклама в России пока считается чем-то инновационным и ненадежным, поэтому ее доля остается сравнительно небольшой. Наиболее активный рост показывает интернет.

Все большую популярность приобретает технология медийной рекламы, называемой Real Time Bidding (RTB). Другой, часто используемый вид интерактивной рекламы – поисковая реклама.

Различные исследования показывают, что многие люди негативно относятся к рекламе из-за ее навязчивости. Интерактивные Проекционные Системы (ИПС) - совершенно новый рекламоноситель, позволяющий сделать элемент развлечения частью рекламного сообщения.

Реклама мгновенно реагирует на события, происходящие на рынке. Огромный опыт, накопленный рекламой, позволяет предсказать возможные ее тенденции в будущем, и объяснить уже произошедшие за последние 2-3 десятилетия радикальные изменения. Используя все лучшее, чего добились другие страны и, одновременно, развивая свои индивидуальные черты, рынок рекламы в России сможет преодолеть все барьеры на пути к своему развитию.

Литература

1. Душкина М. Р.. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология: Учебное пособие – СПб.: Питер, 2010. – 560 с.
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник для бакалавров / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 431 с.
3. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Скворцов Я.Л., Тарасов А.С. Теория и практика связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.
4. АКАР | Ассоциация Коммуникационных Агентств России [Электронный ресурс]. – Доступ <http://www.akarussia.ru/node/5025>
5. Классификация целевых аудиторий [Электронный ресурс]. – Доступ <http://userdocs.ru/ekonomika/47138/index.html>
6. Основные организационные структуры public relations [Электронный ресурс]. – Доступ <http://userdocs.ru/informatika/9638/index.html>

7. Перспективы развития мировой рекламы [Электронный ресурс]. – Доступ http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=5035&SECTION_ID=122

8. "Федеральная служба государственной статистики" [Электронный ресурс]. – Доступ <http://kommersant.uz/news/novosti-uzbekistana/goskomstat-podvel-itogi-razvitiya-nekotorykh-segmentov-rynka>

9. IAB Russia Advertisers Barometer [Электронный ресурс]. – Доступ <http://iabrus.ru/research/barometer/default.aspx>

10. Vi - Новости - Аналитика. Выше всех [Электронный ресурс]. – Доступ <http://www.vi.ru/pubId.aspx?id=925>

Актуальность вирусного маркетинга

А.Ш. Галиуллина

(ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань)

Современный потребитель правит миром. Он долго выбирает, рассматривает, придирается, прислушивается, одним словом, он предельно тщательно сначала оценивает товар прежде, чем принимает решение о покупке. Поэтому компании тратят огромные средства на то, чтобы убедить и заманить клиента всевозможными статьями, рекламными роликами, необычными сайтами, смс-рассылками, акциями и т.д. Но, в современную эпоху развития информационного общества потребитель может самостоятельно собрать огромное количество информации, например, по средствам социальных сетей, блогов, форумов и т.д. И тут потребитель сам становится носителем рекламной информации, то есть он передаёт «маркетинговый вирус» своим знакомым и друзьям. В руках опытного маркетолога «маркетинговые вирусы» могут при минимальных затратах на их распространения приносить значительную прибыль организации.

Вирусный маркетинг – маркетинговая техника, использующая самих людей для повышения осведомленности о бренде/товаре/услуге. [1] В настоящее время самым распространенным средством вирусного маркетинга является Интернет. Вирусный маркетинг использует древнейшую привычку людей делиться информацией с окружающими. Суть его заключается в том, что пользователи транслируют сообщение, содержащее нужную информацию, добровольно, потому что она интересна.

Вирусным маркетингом можно назвать любую стратегию, которая способствует тому, чтобы люди передавали маркетинговое сообщение другим, создавая таким образом и потенциал для роста широты распространения и влияния этого сообщения. [3]

Данный вид маркетинга получил свое название благодаря тому, что он также, как и биологический вирус, распространяется среди пользователей, заражает их информацией, передаётся друг другу. Нынешние возможности Интернета позволяют делиться различными интересными ресурсами, получать информацию в социальных сетях и т.д. И каждый второй пользователь, получив интересную информацию будет передавать ее дальше. Поэтому вирусный маркетинг использует каждая компания, включая и компании-гиганты.

Вирусный маркетинг продвигает товары, услуги в разных формах, например, фото, видеоролики, анекдоты, посты. Но главное в вирусном маркетинге это эмоции.

Вирусный маркетинг не требует огромных финансовых затрат, так как это бесплатное распространение информации о товарах и услугах, функционирующее на основе уже существующих коммуникационных сетей, позволяющее быстро увеличить масштаба трансляции. Но, тем не менее, здесь большую роль играют креативность и неординарность. Вирусный маркетинг – прекрасный способ продвижения, но и он требует тщательного планирования, длительного выстраивания дружеских отношений с клиентами.

Важная особенность есть при создании вирусной информации – не давить на пользователя, а заинтересовать его. Интернет настолько обширное

пространство, где нельзя заставить людей смотреть рекламу, их надо заинтересовать и вовлечь.

Как все методы продвижения продукта, вирусный маркетинг имеет свои положительные и отрицательные стороны. К достоинствам вирусного маркетинга относятся дешевизна, так как предполагается самораспространение информации, быстрота ее распространения и сила воздействия информации на потенциальных потребителей. Недостаток вирусного маркетинга в низкой предсказуемости и создании спроса, который спадает так же быстро, как и растет. При этом необходимо тщательно продумывать всю кампанию, так как неудачный вирусный маркетинг может нанести бизнесу непоправимый вред. Также это риск, в том, что компании могут настолько увлечься вирусным маркетингом, что вирус приведет к «болезни» бренда.

Во многих областях и сегментах рынка вирусный маркетинг становится в ряд новейших инструментов продвижения. В основе любой вирусной коммуникации лежит самопрезентация. В зависимости от того насколько грамотно запустит информацию специалист, так и пойдет самораспространение информации.

Можно привести давний пример маркетингового вируса. В Японии среди подростков вошло в моду увлечение – регулярное посещение кабинок, в которых моментально делаются фотоснимки. И они начали распространяться среди всех, так как все обменивались снимками и делали альбомы. Каждый, кто делал такие фотографии и передавал их, в то же время рассказывал, где он их сделал, таким образом и распространялась информация. Данное увлечение принесло доход в размере 1 млрд. руб. [2]

Вирусный маркетинг может быть каким угодно, только не сознательным, поскольку управляется он потребителем. Вирус сам должен быть ярким, простым, запоминающимся, с элементами новизны. Он должен быть легкодоступным и должен быть создан для определенной аудитории. Конечно, есть моменты, которые тормозят использование данного вида маркетинга. Например, сложно просчитать и предугадать результаты применения вируса.

Но компания должна быстро реагировать на происходящие изменения и быть гибкой.

Вирусный маркетинг – прекрасный способ продвижения, он достаточно эффективен, если хорошо подготовлен.

Литература

1. Журнал Рекламодатель: теория и практика/ номер 06 /2010. – 26 с.
2. Журнал Рекламодатель: теория и практика/ номер 02 /2012. – 69 с.
3. Голощапова Л. Взрывной вирусный маркетинг. - 2011. - 20 с.

Проблемы развития конкуренции в Республике Беларусь и пути их решения на современном этапе

О.А. Зайцева

(УО «Полесский государственный университет», г. Пинск)

Важность проблемы развития конкуренции для открытой экономики Республики Беларусь вызвана её решающим значением для экономического развития в условиях расширения международного сотрудничества.

Конкуренция – это состязание между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья и одновременно весьма действенный механизм стихийного регулирования пропорций общественного производства. [1, с. 178]

Конкуренции имеет свой ареал действия на рынке, а также своё предназначение. В связи с чем, политика в области конкуренции следит за тем, чтобы конкуренция могла выполнять, предназначенные ей функции, а именно, функцию регулирования, мотивации, распределения и контроля. В свою очередь, если учитывать важность и значение функций конкуренции, то можно уменьшить вероятность углубления экономического кризиса в стране, что способствует уменьшению спада производства и роста безработицы, а также можно повысить динамику и эффективность экономической системы. [2]

Для конкурентной среды Республики Беларусь характерны следующие черты: тенденция к снижению инноваций, поскольку число организаций, осуществляющих технологические инновации, уменьшилось, что, в свою очередь, влияет на количество научных разработок, а также на уровень научно-технического прогресса; наблюдается снижение количества предприятий – монополистов, в 2014 году (162) количество предприятий уменьшилось в 2 раза по сравнению с 2000 годом (312), что непосредственно оказывает влияние на количество предприятий, выпускающих продукцию высокого качества и занимающих господствующее положение на рынке; основным торговым партнером нашей республики является Россия (49,1% от всего объема товарооборота). Хочется отметить, что Беларусь располагает необходимыми условиями для создания открытого демократического общества, способного обеспечить прогресс не только с Россией, но и с другими странами мира.

По мнению автора, на современном этапе в нашей стране существуют следующие проблемы развития конкуренции:

1. Ужесточение конкуренции на российском рынке, которая, в свою очередь, сказывается на белорусском, поскольку вынуждает наши предприятия совершенствовать производственный процесс и выпускаемую продукцию. В Республике Беларусь замечена нехватка средств для обеспечения конкурентоспособности, к тому же в нашей стране отсутствуют серьёзные научные наработки. Россия в этом случае привлекает западные технологии, однако Беларуси в современных условиях это сделать сложно;

2. Нехватка специалистов, мыслящих рыночными категориями и понимающих, что мы живем в мире конкуренции, где выживет сильнейший, тот, кто инвестирует в развитие и инновации. Беларусь здесь серьёзно отстаёт от России и Казахстана, которые за 20 лет подготовили за рубежом большое число квалифицированных специалистов;

3. Чрезмерное государственное администрирование экономики, а именно в налоговое законодательство, качество продукции, которое не способствует

планомерному наращиванию финансовой мощи отечественных компаний и не ориентирует их хозяйственную деятельность на получение прибыли.

Проблема улучшения конкурентной среды в Республике Беларусь, к решению которой приступила наша страна, стала проблемой номер один в экономической политике развитых стран. При решении этой проблемы полагается выработать и реализовать следующие меры. Во-первых, необходимо осуществить либерализацию экономики страны с целью поддержки малого и среднего бизнеса, снизить уровень лицензирования и контроля. Во-вторых, наша страна должна создать более эффективный экономический механизм создания единого информационно-экономического пространства с Россией и другими странами ЕС; усовершенствования методов и механизмов менеджмента, логистики, маркетинга, налоговой, кредитной, ценовой, бухгалтерской и страховых систем. А они, в свою очередь, должны стимулировать повышение конкурентоспособности всех уровней.

Республике Беларусь необходимо обеспечить конкурентную устойчивость экономики страны при поддержке всех государственных средств, а именно политических, экономических и дипломатических. Для этого следует активнее реализовывать белорусскую модель устойчивого социально-экономического развития; осуществлять поиск новых мировых рынков сбыта традиционной продукции, работ и услуг; активизировать работу по формированию нового инновационного типа экономики, который основан на развитии науки, образования, знания и интеллекта, на обновлении технологической базы производства; обеспечить повышение конкурентоспособности отечественных товаров и услуг на основе развития инвестиционно-инновационной деятельности, что, в свою очередь, будет способствовать активизации внешнего и внутреннего спроса.

Таким образом, по мнению автора, развитие конкуренции – это важнейшая задача, которая стоит перед Республикой Беларусь. Это проблема не одного дня. У Беларуси есть все шансы создать конкурентоспособную экономику, в связи с тем, что она обладает рядом конкурентных преимуществ. Сейчас

важно определить приоритеты их реализации. Когда мы сможем обеспечить высокую конкурентоспособность, то мы будем иметь возможность создавать модель устойчивого социально-экономического развития.

Литература

1. Экономическая теория /Н.И. Базылев,С.П. Гурко и др.: – Минск; Книжный Дом; Эксперспектива, 2004. – 637с.
2. Понятие и роль конкуренции в экономическом развитии государств: [Электронный ресурс] / Образовательный портал. – 2015. – Режим доступа: <http://allstatepravo.ru> свободный.- Загл. с экрана. – яз. рус.

Анализ системы управления кадрами на примере сети ресторанов компаний «O.F.S.»

Л.В. Потапова

(Казанский филиал ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»,
г. Казань)

Актуальность исследования определяется необходимостью трансформации системы взглядов на управление кадрами в связи с изменением характера взаимоотношений организации с внешней средой.

Цель системы управления кадрами состоит в формировании, развитии и реализации с наибольшей эффективностью кадрового потенциала организации.

Это означает улучшение работы каждого сотрудника с тем, чтобы он оптимальным образом накапливал и использовал свой трудовой и творческий потенциал и благодаря этому содействовал достижению целей предприятия, а также поддерживал деятельность других сотрудников в этом направлении.

Объектом исследования явилась компания OFS, основанная в 2003 году, включает в себя 16 ресторанов, 1 бар-клуб, 1 плей-бар [3].

Годовой оборот компании OFS в 2014 году составил более 10,5 млн. долларов США. Гостей, посетивших заведения компании OFS – более

600 тысяч человек. В 2014 году компания запустила мобильное приложение OFS с функциями on-line заказа еды и бронирования столов.

Проанализируем один из ресторанов компании OFS – ресторан Парус, находящийся на Кремлевской набережной, который является уникальным местом для отдыха - как по классу обслуживания, так и по превосходному качеству кухни. Интерьер ресторана выполнен в стиле винтажных парусных яхт.

Так как руководство ресторана «Парус» ожидает положительного отношения работников к посетителю ресторана, то оно само должно также положительно относиться как к клиенту, так и к сотрудникам.

Одной из проблем ресторана «Парус» является большая текучесть кадров. Показатель текучести кадров в 2014 году составил 50% [3].

Если сравнить показатель текучести кадров с другим рестораном г. Казани, а именно с рестораном «Пирамида», то в ресторане «Пирамида» данный показатель равен лишь 20% [3].

Текучесть кадров в ресторане «Парус» приняла значительные масштабы, стала неуправляемой, при этом нарушает нормальный ритм работы и вредит репутации руководителя в деловом окружении. Непродуманность системы управления персоналом служит причиной появления препятствий в карьерном росте сотрудников. То есть, по прошествии определенного времени работа становится им неинтересна, и, не видя перспективы для роста и развития, они начинают искать другое место работы.

Отрицательные стороны продолжительной высокой текучести: упущенная прибыль из-за медленного вхождения в курс дела новичков, отсутствие лояльности сотрудников, как правило, невысокая квалификация и слабая мотивация. И как результат – падение эффективности работы [2].

В связи с кризисом в стране, у ресторана появился дополнительный ряд проблем:

1) Во многие блюда и в десерты шли дорогие и высококачественные продукты, которые на фирму поставщиков приходили из других стран. Замена их на отечественный аналог привело к тому, что люди перестали брать

полюбившиеся им блюда, а некоторые блюда и десерты исчезли из меню. Так как даже аналогов в нашей стране нет. И сеть ресторанов испытывает кризис, потому что теряет постоянных клиентов.

2) Произошло очень сильное сокращение персонала. А для тех, кого оставили, сократили рабочее время. Что отразилось на зарплате. Или теперь некоторые сотрудники работают на двух должностях, что снижает эффективность и качество работы.

3) Сокращение рабочего времени привело, соответственно, к сокращению заработной платы. И многие квалифицированные специалисты уволились. Что привело к некачественному обслуживанию посетителей. А те, кто остался – работают «спустя рукава», потому что нет мотивации сотрудников.

Любому предприятию требуется высокопроизводительная работа. Эффективность труда должна постоянно увеличиваться, а достичь этого можно путем повышения квалификации и обучения кадров [1].

Ресторану «Парус» можно рекомендовать следующее, например, новые сотрудники должны посещать вводные лекции и тренинговые занятия. К ним прикрепляются опытные наставники, которые помогают на первых порах трудовой деятельности, знакомят с особенностями работы ресторана.

Удержать перспективного сотрудника в ресторане возможно только тогда, когда он будет представлять себе перспективу карьерного роста, каждая новая ступень которого будет сопровождаться повышением денежного вознаграждения. К примеру, для службы приема возможно введение разрядности сотрудников: администратор первой категории и администратор второй категории (при выполнении ими одних и тех же функций). Даже небольшая разница в заработной плате позволит повысить мотивационные потребности новых сотрудников в овладении ими своих профессиональных навыков.

Из этого следует, что для того, чтобы избежать высокой текучести кадров, необходимо улучшить работу по следующим направлениям:

- адаптация новичков;

- обучение персонала;
- мотивация деятельности.

Нужно стремиться, чтобы новый сотрудник проникся корпоративной культурой буквально с первого дня работы.

Из выше изложенного видно, процесс текучести кадров в ресторанных предприятиях можно контролировать, обращая внимание на три фактора:

1. Отбор – соблюдение строгих правил найма и предъявляемых требований;
2. Ориентация – каждый отобранный работник должен пройти интенсивный курс внутрифирменного обучения;
3. Обучение – процесс постоянного обучения и повышения квалификации работников закрепляет и удерживает людей, они становятся частью ресторана [1].

Таким образом, внедрение предложенных рекомендаций в ресторане «Парус» позволят получить высокие результаты в управлении организацией, в создании корпоративной культуры и снижении текучести кадров.

Литература

1. Оплачко С.А., Ивасенко А.Г. Кадровый менеджмент: современные технологии управления // Современные наукоемкие технологии. - 2014. - № 7-1. - С. 164-165.
2. Ягунова Н., Гонова А. Кадровый менеджмент на предприятии: мотивация, адаптация, наставничество // Проблемы теории и практики управления. - 2010. - № 4. - С. 37-44.
3. Официальный сайт компании OFS. Режим доступа: <http://ofsrussia.ru>

СЕКЦИЯ 4. УПРАВЛЕНИЕ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ И РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ДВИЖЕНИЯ

Новые технологии по управлению повышением квалификации работников

Д.С. Капустина

(НОУ ВПО «Международный инновационный университет»,
г. Сочи)

В современных условиях динамично меняющегося рынка проблема переподготовки и повышения квалификации персонала обретает особую важность. Во-первых, сказываются негативные тенденции на рынке кадров. Производство в современных условиях предъявляет всё более строгие требования к профессиональным качествам сотрудников. Идет сокращение количества рабочих мест и возникает непрерывная текучесть кадров. Во-вторых, усиливается конкурентная борьба за рабочие места внутри трудовых коллективов. Идет непрерывный процесс отказа организации от работников с низкими профессиональными навыками и качествами. В-третьих, профессиональные качества и квалификация в личностном плане не только являются характеристиками того или иного сотрудника, но также становятся для него гарантией социального благополучия, непременным условием его конкурентоспособности на рынке труда.

Установлено, что повышение квалификации персонала представляет собой систему взаимосвязанных действий, одними из которых являются выработка миссии, стратегии, прогнозирования, планирование потребности компании в кадрах той или иной квалификации, в кадровом резерве, управление карьерой и профессиональным ростом, организация процесса адаптации, обучения, тренинга и формирование организационной культуры.

Перед современными компаниями и организациями обучение персонала является актуальным вопросом, компании постоянно должны заниматься

обучением и переобучением своего персонала. Исследования показали, что переподготовка и повышение квалификации в компаниях обычно проводятся посредством таких методов, как дистанционное обучение, система наставничества и тренинги [1].

Дистанционное обучение является достаточно эффективным методом повышения квалификации персонала, т.к. нет отрыва от работы и им можно заниматься в наиболее подходящее для сотрудника время. Это наиболее простая форма обучения, для которой выделяется минимум средств и максимальное количество времени для обучения. Но у дистанционного обучения есть большой недостаток – отсутствие личного контакта, то есть сотрудник не может узнать больше, выйти за рамки предлагаемой информации. В этом большое отличие дистанционного обучения от проведения тренинга с тренером.

Необходимо проводить систематические тренинги для всех категорий сотрудников. Классические – «Вводный тренинг», «Охрана труда» в 1-ый день работы, «Инструктаж на рабочем месте» в 1-ю неделю и каждые 6 месяцев, каждый из тренингов занимает от 2 до 8 часов. Всего существует около 8 видов тренингов для сотрудников, различных по направлению. Можно выделить следующие преимущества тренингов: приносят удовольствие обучаемому персоналу, расширяют связи, сотрудники разных структурных подразделений лучше узнают друг друга; формируют командный дух; очень важен контакт с тренером, с человеком опытным, который может не только рассказать необходимую информацию, но и подсказать, как поступить. Тренером создается определенная положительная атмосфера. Он выступает в роли примера, который может направить сотрудника в нужное русло, простимулировав его и заинтересовав.

Система наставничества позволяет новым сотрудникам не только быстро осваивать и затем качественно выполнять свои трудовые обязанности, но и легко адаптироваться к особенностям корпоративной культуры. Здесь необходимо отметить, что данный метод требует особой подготовки и склада

характера от наставника, которым практически невозможно стать по распоряжению сверху.

Установлено, что предприятиям необходимо проводить ротацию, при которой работник переводится на новую работу или должность для получения дополнительной профессиональной квалификации и расширения опыта обычно на срок от нескольких дней до нескольких месяцев. Перемещать людей по «горизонтали» необходимо вследствие того, что длительное пребывание в одной должности снижает трудовую мотивацию, сотрудник ограничивает кругозор рамками одного участка, свыкается с недостатками, перестает обогащать свою деятельность новыми методами и формами. Смена мест дает возможность сравнить ситуации, быстрее адаптироваться к новым условиям. Помимо обучающего эффекта ротация оказывает положительное влияние на мотивацию сотрудника, помогает преодолевать стресс, вызываемый однообразными производственными функциями, расширяет социальные контакты на рабочем месте [2].

Литература

1. Семенихин В.В. Кадровый вопрос: подготовка и переподготовка кадров. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2013. – 298 с.
2. Шапиро С.А. Основы управления персоналом в современных организациях: уникальный подход, обеспечивающий эффективную работу компании / С. А. Шапиро. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ГроссМедиа, 2011. – 248 с.

Профессия менеджер: преимущества, недостатки и основные ошибки молодого специалиста

Ю.Г. Огородникова, А.В. Козин

(НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ», г. Казань)

Менеджер – это квалифицированный специалист, наемный работник, который занимается профессиональной организаторской деятельностью в структурах управления предприятия, компании; осуществляет руководство деятельностью других людей в процессе выполнения ими работы. [4]

Основным преимуществом профессии менеджер, конечно же, является ее престижность и большие возможности для самореализации, постоянное общение с огромным количеством людей, что тоже является важным психологическим опытом; вероятность карьерного роста. Часто управленцы среднего звена вырастают в топ менеджеров за счет того, что знают всю кухню фирмы изнутри и разбираются во всех нюансах; частые командировки, иногда – заграничного плана, что исключает рутину; популярность профессии.

Несмотря на всю привлекательность и открывающиеся перспективы данной профессии, управленческая работа таит в себе огромное количество недостатков, из-за которых не каждый специалист может добиться профессионального успеха.

Говоря о недостатках профессии менеджер, прежде всего, нужно отметить большую ответственность. Это довольно нервный тип работы, предполагающий моментальное реагирование на изменение рабочей ситуации, независимо от настроения или желания менеджера; высочайший уровень ответственности за финальный результат работы фирмы, выраженный в ее прибыли; высокий уровень стресса из-за довольно высокого рабочего темпа; значительное уменьшение зарплаты в результате неэффективности деятельности предприятия. Надо всегда помнить, что менеджер отвечает не только за работу, выполненную собственноручно, но и за труд своих подчиненных.

Совместная работа стимулирует взаимное доверие, уверенность в коллегах, особенно если при решении сложных проблем приходилось преодолевать трудности. Тем не менее, в функционировании работы есть свои трудности и опасности, которые менеджер должен знать и уметь предотвращать.[1]

Как часто это бывает, устроившись на работу, новый сотрудник допускает целый ряд ошибок, вызванных переоценкой своих возможностей или не совсем правильным пониманием функционала. Не застрахован от этого и специалист в области менеджмента. Зная, какие подводные камни его могут ожидать в данной сфере деятельности, можно эти ошибки во время избежать и исправить.

Самой распространенной ошибкой для молодого сотрудника является стремление как можно быстрее показать своему руководству все свои таланты и достоинства. Это приводит к тому, что новый менеджер фирмы начинает брать на себя большое количество обязанностей и ответственности, которые не соответствуют его положению в виду отсутствия необходимого опыта работы в рамках конкретной организации и области в целом. Такой подход гарантирует только то, что менеджер не будет успевать выполнять взятые дела, поскольку рабочий день ограничен, что впоследствии повлечет за собой спешку, невозможность качественно справиться с заданием или обязанностью.

Чтобы избежать такой ситуации, нужно помнить, что на новом месте работы будет гораздо лучше, если в первое время менеджер будет брать небольшой объем работ, но выполнять их будет очень качественно. Так руководство быстрее увидит старание и ответственность своего работника. Постепенно нагрузку можно увеличить. Ведь менеджер будет уже в курсе всех тонкостей и особенностей своего дела.

Следующая ошибка молодого менеджера заключается в принципиальной гордости. Это выражается в том, что устроившись на работу, менеджер не консультируется с более опытными сотрудниками, полностью полагаясь на свое видение ситуации. Но такая позиция может привести к тому, что его

действия будут идти в противовес миссии и целям фирмы, нанявшей его на работу. Для того чтобы избежать подобной ситуации, желательно изменить собственные принципы и убедить себя, что просьба о помощи – это не унижение, а способ улучшить результат своей работы.

Третьей ошибкой является неумение планирования своего рабочего времени. Составлять списки приоритетности задач, теряют не только возможную выгоду, но и непосредственно должность. Заповедью любого работника должна быть собранность и организованность. Только чёткая постановка задач и неукоснительное исполнение шагов по их реализации могут стать причиной профессионального и личностного роста менеджера. [2]

Следующая ошибка молодого менеджера может быть связана с неправильным выбором стиля управления своих подчиненных. Выбор стиля управления командой (директивный, демократический, либеральный) должен обуславливаться в зависимости от ситуации и результатов, которые необходимо достичь. Применение стиля управления «Я все знаю, знаю как лучше – делай» может побудить нежелание, недовольство и даже страх у подчиненных. Но в ситуации конфликта, стресса и т.д., необходим директивный стиль управления. В командной работе самым эффективным считается применение демократического стиля: совместное принятие решений, учитывая мнение большинства, поощрения, а не наказания. Либеральный стиль больше подходит для управления творческими, инициативными, ответственными людьми. При этом профессиональный менеджер должен уметь применять все три стиля управления в зависимости от ситуации.

Пятая ошибка касается в большей степени отношения с сотрудниками фирмы. Менеджер часто начинает ставить себя выше коллектива, в котором он работает. Этого допускать никак нельзя. Даже если в возникшей спорной ситуации у менеджера достаточно полномочий для единоличного принятия решения, совместное обсуждение проблемы с коллективом не только сблизит его с сотрудниками, но и может привести к появлению выхода из ситуации,

устраивающего всех, чего нельзя было бы сделать путем единоличного решения. [3]

Ну и наконец, главная ошибка, если менеджер не будет контролировать своих подчиненных и их работу, не будет знать, чем они занимаются, и за что получают зарплату. Контроль и отчетность (особенно промежуточная) позволяют вовремя обнаруживать проблемы в выполнении задач и предотвратить срыв графика реализации проекта.

В настоящее время бизнес-среда характеризуется высоким динамизмом и сложностью. Решение возникающих в организации проблем требует сегодня участия менеджеров, обладающих знаниями в различных областях науки, техники, производства. Развитие форм работы в этих условиях позволяет объединить для достижения целей организации специфические знания, навыки и опыт менеджеров. Учитывая преимущества и недостатки работы в области управления, помня об ошибках, допускаемых современными менеджерами, зная способы и пути их обхода, можно стать первоклассным профессионалом в своей деятельности.

Литература

1. Веселова Н.Ю., Оганесян Т.Л. Основы менеджмента: Учебное пособие. Краснодар: Краснодарский кооперативный институт, 2008; Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2012. – (Высшее образование).
2. Менеджмент: учебное пособие – М.: ИД «Юриспруденция», 2012.
3. Эриашвили Н.Д. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебник/ Эриашвили Н.Д.– Электрон. текстовые данные.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
4. <http://forexaw.com>

Высокопроизводительные рабочие места в Российской Федерации

Д. Б. Нурбаева

(ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,

Институт управления, экономики и финансов, г. Казань)

Одним из ключевых направлений по достижению целевых показателей социально-экономического развития Российской Федерации является увеличение производительности труда. В мае 2012 г. был издан Указ Президента РФ «О долгосрочной государственной экономической политике», где была закреплена инициатива создания 25 миллионов высокопроизводительных рабочих мест к 2020 г. Согласно методике Минэкономразвития РФ, основанной на Прогнозе долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2030 г., высокопроизводительные рабочие места (ВПРМ) – это все рабочие места предприятия, производительность труда которых превышает определенный уровень. Сейчас по производительности труда, Россия находится на предпоследнем месте среди всех стран Организации экономического сотрудничества и развития. На одного работника в среднем приходится 183 тыс. долларов от годового оборота компании – это в 3,4 раза ниже, чем в Японии, почти вдвое меньше показателей Западной Европы и США [1]. Как отмечает Сергей Афонцев, важнейшей причиной этого отставания является отсутствие целенаправленных усилий по замещению низкоэффективных рабочих мест высокоэффективными. [4]

Примечателен тот факт, что даже по регионам и отраслям темпы создания ВПРМ существенно разнятся. Таким образом, что по созданию высокопроизводительных рабочих мест все регионы России можно разделить на следующие группы[1]: 1) Москва и Санкт-Петербург, занимающие лидирующую позицию в основном из-за концентрации в мегаполисах финансовых потоков и штаб-квартир крупнейших отечественных и иностранных корпораций, в том числе из финансового сектора. Весомая доля

высокопроизводительных рабочих мест в «столицах» сосредоточена в сфере обслуживания. 2) Регионы, использующие положения центра большой промышленной агломерации, как это происходит в Свердловской или Нижегородской областях. 3) Сырьевые регионы, такие как «углеводородные клондайки» страны – Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа, где высокая производительность создаваемых рабочих мест напрямую зависит от конъюнктуры мировых цен на нефть и газ. 4) Регионы, преуспевшие в создании «классических» высокопроизводительных рабочих мест в промышленности и технологически продвинутых секторах. Здесь выделяется Республика Татарстан, которая по итогам 2012 года поднялась на 3 строчку рейтинга по ВПРМ (198,3 тысяч созданных рабочих мест). Главенствующим направлением создания рабочих мест является обрабатывающая промышленность, что позволяет заявить о Татарстане, как о новом индустриальном центре страны. Это стало возможным благодаря запускам новых инвестиционных проектов и поддержке со стороны Правительства РТ.

Очевидно, что новые рабочие места должны создаваться не только на новых современных предприятиях, так как они не приводят к масштабному созданию рабочих мест, но и на действующих предприятиях, путем замены старого низкопроизводительного оборудования передовым, с внедрением новейших технологий. Значительную роль в данном направлении может сыграть частно-государственное сотрудничество. Положительный пример такого взаимодействия для создания высокопроизводительных рабочих мест наблюдался в Новомосковске Тульской области в 2003 году. Тогда, на базе старого предприятия «Новомосковскбытхим» создали новое – «Проктер энд Гэмбл – Новомосковск». При этом произошло сокращение 70% рабочих мест, но с инвестором заключили соглашение о том, что он обеспечивает переобучение сотрудников и занимается их трудоустройством. В итоге производительность труда выросла в 40 раз, 90% уволенных были трудоустроены, а число занятых со временем выросло с 600 до 1400[4].

Говоря о создании новых высокопроизводительных рабочих мест, необходимо учитывать не только экономический, но и социально-политический, культурный факторы. Как всякие реформы, это может повлечь за собой непонимание и отрицание со стороны населения, а также необходимость в изменении системы образования. Нельзя не отметить усилий Правительства по созданию ВПРМ в отдельных отраслях. Накануне Председатель Правительства РФ Дмитрий Медведев подписал распоряжение "О популяризации рабочих и инженерных профессий", в рамках которого утверждён план мероприятий в данной сфере. "Необходимость в популяризации рабочих и инженерных профессий связана с возрастающей потребностью организаций в высококвалифицированных работниках для замещения вакантных высокопроизводительных рабочих мест. Реализация плана охватит около 0,6 млн. чел.", - отмечается в документе. Таким образом, только модернизация производства, замена большого количества старых, но не эффективных рабочих мест высокопроизводительными, переобучение персонала, внедрение новейших достижений науки и техники позволят России развиваться в экономической, социальной и политической сферах, а также противостоять любым неблагоприятным внешним условиям.

Литература

1. Высокопроизводительные рабочие места (Аналитическая записка). - М.: ООО «ТПП-Информ», 2013
2. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/macro/prognoz/doc20131108_5
3. Е.Е.Кокоулина Как оценивают высокопроизводительные рабочие места в современной России// Проблемы учета и финансов.- 2013-№ 3 (11) (С. 56-59)
4. Артем Коваленко Хватит сидеть на шее//«Эксперт Урал» №14 (595)

**Совершенствование системы адаптации персонала
как фактор повышения конкурентоспособности коммерческой
организации (проектный подход)**

В.А. Савина

(ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический
университет», г. Казань)

Адаптация персонала в организации является необходимым звеном кадрового менеджмента. Действительно, становясь работником конкретного предприятия, новичок оказывается перед необходимостью принять организационные требования: режим труда и отдыха, положения, должностные инструкции, приказы, распоряжения администрации и т.д. Он принимает также совокупность социально-экономических условий, предоставляемых ему предприятием.

Анализ практики современных российских компаний по принципу их внимания к процессу адаптации и использования методов оценки ее эффективности позволяет выявить несколько типов.

Тип 1 – отсутствие четкой системы адаптации. В компаниях этого типа руководство считает, что формализованная система адаптации не нужна в силу следующих причин: маленький штат сотрудников, отсутствие серьезной текучести кадров, идеологические причины (руководство не считает нужным тратить средства на процесс адаптации новых сотрудников). Тип 2 – присутствуют элементы системы адаптации (ведется работа с персоналом по тем или иным аспектам), однако система оценки эффективности отсутствует или присутствует частично. В большинстве таких компаний нет понимания четкой схемы (взаимосвязанности и взаимозависимости элементов процесса адаптации), отсутствует распределение обязанностей между линейными руководителями и отделом персонала. Тип 3 – система адаптации разработана, внедряется, но не выбраны показатели ее эффективности (т. е. отсутствуют или частично отсутствуют элементы управления процессом адаптации). Тип 4 –

руководство думает, что все разработано, внедрено и успешно функционирует, но в действительности это не так. В этом случае также возникает информационная проблема. Тип 5 – филиалы западных компаний, работающие на российском рынке, и некоторые российские компании, где разработаны, внедрены и успешно функционируют программы адаптации. В большинстве случаев реализация этих программ происходит через институт наставничества [1].

Большинство российских компания относятся ко второму типу – присутствуют элементы системы адаптации (ведется работа с персоналом по тем или иным аспектам), однако, нет четкой программы адаптации и разработанных методических материалов. В качестве решения рассматриваемой проблемы нами был разработан проект «Модельная профессиональная адаптация сотрудников в компании». Целью проекта является повышение эффективности, качества и ускоренное развитие системы адаптации персонала в компании.

Мероприятия по профессиональной адаптации сотрудников в компании, предусмотренные проектом, включают в себя следующие виды: адаптация молодых специалистов, принятых на первое место работы сразу по окончании учебного заведения; адаптация сотрудников, принятых на работу в компанию (у которых уже есть опыт трудовой деятельности); адаптация сотрудников в процессе трудовой деятельности; иные мероприятия, которыми планируется самостоятельная адаптация сотрудников.

Адаптация по указанным видам будет осуществляться посредством реализации следующих мероприятий: внедрение системы наставничества и консультирования; разработка и реализация планов введения новых сотрудников в должность; разработка и формирование адаптационных материалов («папка новичка», «памятка первого рабочего дня»); внедрение welcome-тренинга; формирование задач на период адаптационного периода (испытательного срока); обновление и пополнение знаний по отдельным вопросам менеджмента (личностный рост, тайм-менеджмент и т.д.); изучение

опыта работы в соответствующей сфере деятельности; участие в обучающих семинарах, конференциях, «круглых столах».

Ожидаемые социально-экономические последствия проекта. Планируется повысить: количество новичков, прошедших процедуру профессиональной адаптации; количество сотрудников, получивших, дополнительные знания о специфике профессиональной деятельности; долю сотрудников, принятых в компанию и прошедших процедуру наставничества и консультирования; количество наставников и кураторов; количество разработанных и внедренных методических рекомендаций по организации профессиональной деятельности сотрудников компании. Планируется снизить: «текучесть» кадров в компании.

Предлагаемая структурно-логическая схема организации процесса адаптации персонала в компании. Этап 1. Решение организационных вопросов при приеме нового сотрудника – Этап 2. Информирование нового сотрудника – Этап 3. Организация введения в должность нового сотрудника – Этап 4. Организация работы нового сотрудника в должности – Этап 5. Оценка качества проведения введения в должность нового сотрудника – Этап 6. Оценка результатов адаптации. Также разработаны графические схемы каждого этапа, которые включают в себя планируемые мероприятия, ответственных и последовательность операций каждого этапа.

Реализация проекта мер позволит повысить лояльность сотрудников к компании, сократит срок привыкания новичка к новой работе, а значит новые сотрудники быстрее смогут приносить максимальную пользу от своей трудовой деятельности.

Литература

1. Патрушева Л.М. Адаптационная система: практика внедрения / Л.М. Патрушева // Справочник по управлению персоналом. - N 1. - 2007. – С. 25 – 26.

СОДЕРЖАНИЕ

НАУЧНЫЕ СТАТЬИ И СООБЩЕНИЯ

Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации 2015 года. <i>Д.А. Дементуенко</i>	3
Институты инновационного развития предпринимательской деятельности. <i>Р.А. Джумаева</i>	9
Финансовая информация в интегрированной отчетности автономных учреждениях. <i>Т.Н. Киченина</i>	18
Особенности налогообложения Центрального банка Российской Федерации. <i>Я.В. Колесова</i>	24
Герменевтический компонент в процессе обучения студентов. <i>Н.Д. Колетвинова</i>	29
Основы гуманизации современного образования. (Фундаментализация и гуманизация образования - путь к взаимодействию). <i>Т.Д. Колетвинова</i>	41
Особенности лицензирования медицинской деятельности. <i>А.Н. Краснова</i>	44
Проблемы правового регулирования, лицензирования кредитных организаций в Российской Федерации. <i>А.Н. Краснова</i>	56
К вопросу о повышении конкурентоспособности экономики. <i>Л.Г. Набиева</i>	61
Развитие бизнеса в Республике Татарстан. <i>Ю.Г. Огородникова, Э.А. Бикбулатова</i>	66
Инновационная инфраструктура и ее формирование в Республике Татарстан. <i>Ю.Г. Огородникова, Р. Минниханов</i>	70
Инновационные технологии в Республике Татарстан. <i>Ю.Г. Огородникова, Е.А. Смолева</i>	81

Источники правового регулирования деятельности профсоюзов в России. <i>В.Н. Печников</i>	85
Нуждается ли в дальнейшей коррекции Трудовой кодекс. <i>В.Н. Печников</i>	91
Особенности банкротства граждан. <i>Е.В. Полякова, Л.А. Тихомирова</i>	95
Вопросы совершенствования уголовно-процессуального законодательства, связанного с рассмотрением жалоб в порядке ст.125 УПК Российской Федерации. <i>Э.Е. Сафонов</i>	100
Ненаблюдаемая экономика как приоритетное направление совершенствования экономического анализа. <i>Е.Л. Фесина</i>	105
К вопросу о проблеме определения источников финансового права. <i>Т.З. Юсупов, Н.А. Джуманиязова</i>	115
Проблемы правового регулирования бюджетного финансирования на примере социальной поддержки многодетных семей. <i>Т.З. Юсупов, Д.Б. Чесноков</i>	119

**Материалы VI Международной конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых**

СЕКЦИЯ 1. РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРИОРИТЕТНЫХ ЗАДАЧ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ.....	123
Актуальные проблемы роста стабильности банковской системы Республики Казахстан. <i>Р.Г. Аюпова</i>	123
Оценка сбалансированности товарного портфеля ООО «Завод металлической тары». <i>А.Д. Кузнецова</i>	125
Интернет - сервисы как инструмент маркетинга. <i>Л.Р. Нуруллина</i>	128
О проблемах реформирования экономики в РФ. <i>Ю.Г. Огородникова, М.В. Галаяутдинова</i>	131
Система управления рисками в банковском секторе Казахстана. <i>М.Р. Салихова</i>	134

Правовое положение электронных средств платежа в Российской Федерации. <i>А.С. Тарасова</i>	136
---	-----

СЕКЦИЯ 2. ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА	142
Актуальность сенсорного маркетинга. <i>М.А. Васильева</i>	142
Концептуальные аспекты инновационного развития жилищной строительной индустрии. <i>И.А. Вохмянин</i>	145
Организация и функционирование системы качества на промышленном предприятии. <i>М.В. Галяутдинова, Е.Н. Новикова</i>	148
Бизнес-разведка как институт инновационного развития предпринимательской деятельности. <i>Р.А. Джумаева, Р.Г. Джумаев</i>	151
Проблемы организации информационно-аналитической работы предпринимательской деятельности в России. <i>Р.А. Джумаева, Р.Р. Закиров</i>	156
Новые направления развития музейного бизнеса. <i>И.А. Дрок</i>	160
Рекламный бизнес в России: инновационные направления и перспективы развития. <i>Г.В. Кондратюк</i>	162
Маркетинговый анализ рынка платных образовательных услуг творческой направленности. <i>О.В. Михасева, Е.Н. Новикова</i>	164
Достижение конкурентных преимуществ и повышение эффективности компаний на международном рынке. <i>М.А. Мосунова, С.М. Луговнина</i> ...	167
Инновационные технологии корпоративного обучения персонала каналов продаж на примере компании АО «Смартс-Казань». <i>В.Е. Савин</i>	171
Контекстная реклама: динамика развития и инструменты реализации. <i>С.Р. Сафина, А.Д. Кузнецова</i>	174
Внешнеторговые отношения России и Вьетнама. <i>О.В. Смирнова, С.М. Луговнина</i>	177

Разработка маркетинговых решений для организации клубной индустрии. <i>И.В. Яновский, О.С. Грозова</i>	180
СЕКЦИЯ 3. СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА...	183
Состояние и тенденции развития современного рекламного рынка. <i>А.Ю. Баталова</i>	183
Актуальность вирусного маркетинга. <i>А.Ш. Галиуллина</i>	186
Проблемы развития конкуренции в Республике Беларусь и пути их решения на современном этапе. <i>О.А. Зайцева</i>	189
Анализ системы управления кадрами на примере сети ресторанов компании «O.F.S.». <i>Л.В. Потапова</i>	192
СЕКЦИЯ 4. УПРАВЛЕНИЕ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ И РАЗВИТИЕ ПРОФСОЮЗНОГО ДВИЖЕНИЯ.....	196
Новые технологии по управлению повышением квалификации работников. <i>Д.С.Капустина</i>	196
Профессия менеджер: преимущества, недостатки и основные ошибки молодого специалиста. <i>Ю.Г. Огородникова</i>	199
Высокопроизводительные рабочие места в Российской Федерации. <i>Д.Б. Нурбаева</i>	203
Совершенствование системы адаптации персонала как фактор повышения конкурентноспособности коммерческой организации. <i>В.А. Савина</i>	206

ВЕСТНИК КФ АТнСО
СБОРНИК
НАУЧНЫХ СТАТЕЙ И СООБЩЕНИЙ

**Материалы VI Международной конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых**

ВЫПУСК VII

Подписано в печать 25.12.2015.
Бумага офсетная. Печать цифровая.
Формат 60х84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 12,44.
Уч.-изд. л. 9,25. Тираж 100 экз. Заказ 7/1.

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии Издательства Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужина, 1/37
тел. (843) 233-73-59, 233-73-28